

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
МИНИСТЕРСТВА ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Кафедра педагогики и психологии

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ
К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ**

Дисциплина «Деловые коммуникации»

Направление подготовки 38.03.01 Экономика

Направленность (профиль) «Экономика и управление в здравоохранении»

Курс 1

Семестр 2

Уфа
2026

Методические указания для обучающихся к практическим занятиям разработаны на основании рабочей программы учебной дисциплины «Деловые коммуникации», утвержденной «27» января 2026 года.

Авторы:

Липатова Елена Ефратовна, к.м.н., доцент кафедры педагогики и психологии,

Кудашкина Оксана Викторовна, к.п.н., доцент кафедры педагогики и психологии

Утверждение на заседании кафедры педагогики и психологии от «01» октября 2025 года, протокол № 3.

1. Тема и ее актуальность *Деловое общение и организация публичных выступлений. Профессиональные коммуникации.*

Актуальность темы определяется необходимостью компетенций в области профессиональной коммуникации для успешной профессиональной деятельности.

2. Учебные цели: формировать представление о предмете, основных понятиях и категориях, основных подходах и концепциях профессиональной коммуникации

Цель освоения учебной дисциплины состоит в формировании системных знаний, умений и навыков в области профессиональной коммуникации и коммуникационного менеджмента необходимых для:

- профессиональных контактов в соответствии с потребностями совместной деятельности, включая обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия;
- планирования и реализации профессиональных мероприятий;
- представления результатов академической и профессиональной деятельности на различных публичных мероприятиях, включая международные, с выбором наиболее подходящего формата;
- выстраивания профессионального взаимодействия с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп;
- создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач

Формируемые компетенции: УК-3 (УК-3.2), УК-4 (УК-4.2, УК-4.3)

1) приобретение магистрами следующих **умений:**

- использовать полученные знания в процессе планирования, организации и осуществления своей профессиональной деятельности.
- пользоваться понятийным аппаратом изучаемой дисциплины.
- применять в профессиональной деятельности современные коммуникативные технологии для академического и профессионального взаимодействия
- устанавливать и развивать профессиональные контакты в соответствии с потребностями совместной деятельности, включая обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия
- представлять результаты академической и профессиональной деятельности на различных публичных мероприятиях, включая международные, выбирая наиболее подходящий формат
- анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия при планировании, организации и осуществления своей профессиональной деятельности.
- разрешать конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех сторон
- обеспечивать создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач
- выстраивать социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп

2) Приобретение магистрами следующих **знаний** о:

- предмете, основных понятиях и категориях, основных подходах и концепциях профессиональной коммуникации и коммуникационного менеджмента;
- основных задачах профессиональной коммуникации и коммуникационного менеджмента;
- возможностях создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач;

– концепциях основных современных достижений в фундаментальной, прикладной и практической областях наук о профессиональной коммуникации и коммуникационного менеджмента и перспективы их развития.

3. Материалы для самоподготовки к освоению данной темы:

Информационные блоки, кейсы

Самостоятельная работа на практическом занятии стр. 4-10

Сизухина Е.А. Деловые коммуникации: методические указания к практическим занятиям и самостоятельной работе по курсу / Южно-Российский государственный политехнический университет (НПИ) имени М. И. Платова. - Новочеркасск: ЮРГПУ (НПИ), 2016 – 79с.

Контрольные вопросы

- 1) Дайте определение понятию «Коммуникация».
- 2) Назовите условия необходимые для осуществления коммуникации.
- 3) Какие элементы включает процесс коммуникации?
- 4) Каковы три взаимосвязанных стороны коммуникации?
- 5) Назовите основные уровни, на которых осуществляется коммуникации
- 6) Какие функции выполняют коммуникации, в чем сущность этих функций
- 7) Перечислите основные аспекты коммуникации.
- 8) Каковы две основные направленности коммуникации?
- 9) Что представляет собой коммуникация в бизнесе?
- 10) Реализацию каких условий предполагают коммуникации в бизнесе?
- 11) Каковы формальные ограничения коммуникаций в бизнесе?
- 12) Дайте определение деловому общению.
- 13) Какова специфика делового общения?
- 14) Назовите особенности делового общения.
- 15) Перечислите основные этапы делового общения.
- 16) Что входит в структуру делового общения?
- 17) Какие типы коммуникаций в бизнесе Вы знаете, в чем их сущность?
- 18) Назовите основные типы информационного воздействия
- 19) Каковы принципы эффективных коммуникаций в бизнесе?
- 20) В чем заключено значение коммуникаций для менеджмента?
- 21) Каково значение коммуникаций для менеджера?
- 22) Каково значение коммуникаций для подчиненных?
- 23) Что представляет собой управленческое общение? Какие формы управленческого общения вы знаете?
- 24) Дайте определение коммуникативному подходу в управлении.
- 25) Что такое коммуникативная компетентность?
- 26) Какие стили коммуникаций Вы знаете?
- 27) Назовите типы руководителей в системе коммуникаций.
- 28) Перечислите основные принципы управления коммуникациями.
- 29) Какова роль информации в менеджменте?
- 30) Какие типы информации в менеджменте Вы знаете?
- 31) Каковы основные источники информации в менеджменте?

Вопросы и задания Моисеева А. П. Коммуникационный менеджмент: учебное пособие. – Томск :Изд-во ТПУ, 2007 – 104 с. Стр 8 -25

- 1) «Сущность коммуникации. Коммуникация как процесс»
- 2) Почему коммуникация является универсальным условием человеческого бытия? Проанализируйте позицию Юргена Хабермаса по этому вопросу.
- 3) Почему люди вступают в коммуникацию, каковы цели коммуникации?
- 4) Каковы цели языковой коммуникации по М. А. К. Хэллиду и К. Бюлеру?
- 5) Что говорил Э. Сепир о фундаментальных и вторичных средствах коммуникации?

- 6) Что такое коммуникативные процессы? Как их дифференцируют?
- 7) Каковы составляющие коммуникационного процесса?
- 8) Что такое кодирование и декодирование? Приведите примеры.
- 9) Что такое коммуникативная ситуация? Как дифференцируются коммуникативные ситуации?
- 10) В чем суть двухступенчатого характера коммуникации?
- 11) Почему существуют различные модели коммуникации? Приведите примеры.
- 12) Какова роль обратной связи в процессе коммуникации? Приведите конкретные примеры обратной связи в организации, где Вы работаете или проходили практику.
- 13) Какую роль играют «помехи» в процессе коммуникации. Приведите примеры.

Понятие и сущность коммуникаций в организации Стр 5-19 Сафина А.А. Коммуникационный менеджмент: учеб. пособие / А.А. Сафина, Э.Г. Никифорова, А.Э. Устинов. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2015. – 104 с.

4. Вид занятий: практическое занятие

5. Продолжительность занятий: 4 часа.

6. Оснащение:

6.1. Дидактический материал

6.2. Иллюстративный материал и оснащение (мультимедийный проектор, ноутбук, мультимедийная презентация)

7. Структура занятий: (см технологическую карту-с.3)

Контингент слушателей – обучающиеся.

Основные подходы к определению понятия паблик рилейшнз (Медведева Т.П., Лужнова Н.В., Кривошей В.А. Паблик рилейшнз в системе маркетинговых коммуникаций: Методические указания. – Оренбург: ГОУ ОГУ, 2003. - 48 с)

Характеристика подхода к определению понятия	Автор определения	Содержание определения
1 Паблик рилейшнз как функция менеджмента	С. Катлип, Г.Брум	Паблик рилейшнз является функцией менеджмента, которая устанавливает и поддерживает взаимовыгодные отношения между организацией и общественностью, от которых зависит успех или провал организации
	М.Менчер	Паблик рилейшнз – это функция менеджмента, которая оценивает отношение общественности, координирует политику и действия индивидуума или организации с общественными интересами и реализует программу действия для достижения общественного понимания и восприятия
2 Паблик рилейшнз как вид деятельности организации	«Британский институт паблик рилейшнз»	Паблик рилейшнз являются спланированной и непрерывной деятельностью, направленной на установление и поддержание хороших взаимоотношений и взаимопонимания между организацией и теми сообществами, которые затрагивает деятельность этой организации
	Г.Лерой	Паблик рилейшнз – это комплекс скоординированных действий по воздействию на общественное мнение, направленных на то, чтобы изменить в свою пользу установки и

		поведение людей
	С.Блэк	Паблик рилейшнз – это искусство и наука достижения гармонии посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности
3 Паблик рилейшнз как инструмент системы интегрированных маркетинговых коммуникаций	Е.В.Ромат	Паблик рилейшнз – это система формирования гармоничных коммуникаций организации с ее целевыми аудиториями на основе полной и объективной информированности в рамках достижения маркетинговых целей коммуникатора
	И.В.Алешина	Паблик рилейшнз – это установление и поддержание коммуникаций в организационной среде в целях обеспечения благоприятного поведения среды в отношении организации

Вопросы для обсуждения:

1. Что такое коммуникация?
2. Какова классификация коммуникаций по характеру восприятия?
3. Какова классификация коммуникаций по взаимодействию сторон?
4. Какова роль коммуникаций в управлении?
5. Что собой представляют особенности внутренних коммуникаций в организации?
6. Опишите психологическую структуру внутренних коммуникаций.
7. Почему эффективные коммуникации важны для руководителей и организаций?
8. Почему руководитель должен располагать возможностями для эффективного обмена информацией с вышестоящими, равными ему и подчиненными?
9. Каким образом организация может определить эффективность своих коммуникаций?
10. В чем отличие вертикальных коммуникаций от горизонтальных?
11. Назовите наиболее важные цели горизонтальных коммуникаций.
12. Приведите основные характеристики эффективных и неэффективных межличностных коммуникаций в организации.
13. В чем заключается роль обратной связи в межличностных коммуникациях?
14. Каковы основные цели нисходящих коммуникаций?
15. Каковы основные цели восходящих коммуникаций?
16. Опишите методы повышения эффективности восходящих коммуникаций.
17. Идентифицируйте и обсудите связанные с индивидами, группами и организацией факторы, которые влияют на процесс обмена информацией в: а) больнице, б) университете, в) на металлургическом заводе.

Задание

Приемы манипулирования

Продумайте, разыграйте и представьте в виде ситуационной задачи

Вежливый отказ от навязанной ситуации

Например,

Разбейтесь на пары. Вам нужно найти способ вынудить другого сделать то, что ему не по душе, а ему – найти способ отказать «.....».

Примеры просьб: 1. Я слышал о вас как о человеке, который никогда никому не отказывает. Не могли бы вы одолжить 50 долларов? Мне скоро должны вернуть долг, и я сразу же вам отдам.

2. Неужели вы откажетесь принять участие в этом вечере? Мы ведь не всех приглашали. Но нам известно, что вы-то знаете толк в настоящем искусстве! Найденные приемы манипулирования и защиты от них обсудите в группе.

<p>Стр 88 Сафина А.А. Коммуникационный менеджмент: учеб. пособие / А.А. Сафина, Э.Г. Никифорова, А.Э. Устинов. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2015. – 104 с. 8.</p>	<p>Контроль конечного уровня знаний и умений по теме</p>	<p>Тесты / ситуационные задачи / деловые игры контрольные вопросы и пр. например, проект на тему</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Что такое коммуникация? 2. Деловое общение и коммуникация. 3. Модели коммуникации, предложенные Г. Лассвеллом, К. Шенноном и У. Уивером, Р. Якобсоном, Д. Хаймсом. Вопросы по проекту <p>Для каких типов коммуникации наиболее пригодна каждая модель? Можно ли все эти модели назвать универсальными? Какую коммуникацию можно назвать эффективной? Как определяется эффективность коммуникации? В чем заключается теория коммуникативного приспособления? Как она может применяться в анализе ситуации межкультурного общения? Аргументируйте свой ответ.</p>	<p>Учебная комната</p>	<p>Сдача отчёта по результатам работы</p>
---	--	---	------------------------	---

Учебно-исследовательская работа обучающихся по темам:

Профессиональные коммуникации

Коммуникационный менеджмент

Сущность коммуникационного менеджмента

Коммуникационный менеджмент и его роль в стратегии управления организаций.

Роль коммуникации в системе менеджмента.

Коммуникационный менеджмент как управленческий ресурс.

(проводится в учебное время) - работа с основной и дополнительной литературой, работа с заданиями с последующим анализом полученных результатов.

Литература:

1. Холостова, Е. И. Управление в социальной работе: учебник / Е. И. Холостова, О. Г. Прохорова, Е. И. Комарова. — Москва: Дашков и К, 2021. — 300 с. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/229922>
2. Фионова, Л. Р. Этика делового общения: учебное пособие / Л. Р. Фионова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Пенза: ПГУ, 2020. — 112 с. — ISBN 978-5-907262-63-8. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/162302>
3. Психология делового общения: учебное пособие / составители Т. Н. Чумакова, Н. М. Кувичкин. — Персиановский: Донской ГАУ, 2020. — 175 с. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/148562>
4. Ивлева, Т. Н. Деловое общение: учебно-методическое пособие / Т. Н. Ивлева. — Кемерово: КемГИК, 2014. — 92 с. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/79385>
5. Мельничук, В. А. Практикум делового общения: учебное пособие / В. А. Мельничук. — Санкт-Петербург: СПбГЛТУ, 2020. — 76 с. — ISBN 978-5-9239- 1188-6. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/152543>
6. Дербисалина Г. А. Коммуникативные навыки в работе врача общей практики / Г. А. Дербисалина, А. И. Миралеева, А. С. Дербисалин. - Актобе : ЗКМУ, 2008. - 78 с. - Текст : электронный // ЭБС "Букап". - URL : <https://www.books-up.ru/ru/book/kommunikativnye-navyki-v-rabote-vracha-obcshej-praktiki-10948878/>

1. Тема и ее актуальность *Коммуникационная сеть. Коммуникационное пространство в конкретной коммуникационной среде.*

Актуальность темы определяется необходимостью компетенций в области профессиональной коммуникации для успешной профессиональной деятельности.

2. Учебные цели: формировать представление о предмете, основных понятиях и категориях, основных подходах и концепциях профессиональной коммуникации

Цель освоения учебной дисциплины состоит в формировании системных знаний, умений и навыков в области профессиональной коммуникации и коммуникационного менеджмента необходимых для:

- профессиональных контактов в соответствии с потребностями совместной деятельности, включая обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия;
- планирования и реализации профессиональных мероприятий;
- представления результатов академической и профессиональной деятельности на различных публичных мероприятиях, включая международные, с выбором наиболее подходящего формата;
- выстраивания профессионального взаимодействия с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп;
- создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач

Формируемые компетенции: УК-3 (УК-3.2), УК-4 (УК-4.2, УК-4.3)

1) приобретение магистрами следующих **умений**:

- использовать полученные знания в процессе планирования, организации и осуществления своей профессиональной деятельности.
- пользоваться понятийным аппаратом изучаемой дисциплины.
- применять в профессиональной деятельности современные коммуникативные технологии для академического и профессионального взаимодействия
- устанавливать и развивать профессиональные контакты в соответствии с потребностями совместной деятельности, включая обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия
- представлять результаты академической и профессиональной деятельности на различных публичных мероприятиях, включая международные, выбирая наиболее подходящий формат
- анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия при планировании, организации и осуществления своей профессиональной деятельности.
- разрешать конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех сторон
- обеспечивать создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач
- выстраивать социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп

2) Приобретение магистрами следующих **знаний о**:

- предмете, основных понятиях и категориях, основных подходах и концепциях профессиональной коммуникации и коммуникационного менеджмента;
- основных задачах профессиональной коммуникации и коммуникационного менеджмента;
- возможностях создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач;

– концепциях основных современных достижений в фундаментальной, прикладной и практической областях наук о профессиональной коммуникации и коммуникационного менеджмента и перспективы их развития;

3. Материалы для самоподготовки к освоению данной темы

Информационные блоки, кейсы

Коммуникационная сеть (сеть коммуникации) – система социальных или технических **коммуникационных** каналов (в виде цепи, звезды, круга и др.), построенная в соответствии с целями и условиями общения Стр 5-20

Коммуникации: сущность, виды, специфика Исламова Н.В. *Коммуникационный менеджмент: Учебное пособие для студентов высших учебных заведений.* — Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гуманит. ун-та, 2009. — 206 с

Контрольные вопросы

1. Перечислите существующие виды коммуникационных сетей. Чем обусловлено их многообразие?

2. На основе наблюдений или социологического исследования составьте схему коммуникаций своей учебной группы

Кризисная коммуникация.

Общественно значимая информация.

Понятие «кризис» — ключевое при рассмотрении вопросов кризисной коммуникации и антикризисной коммуникации. От того, какое содержание вкладывается в понятие «кризис», непосредственно зависит и содержание коммуникации.

Кризис относится к категории сложных явлений, без исследования его природы и сущности невозможно планировать коммуникации

Основной целью коммуникации является регулирование кризисных и рискованных ситуаций, их предупреждение и преодоление негативных последствий в случае их наступления.

Одна из важнейших проблем теории антикризисного управления — детальное изучение сущности кризисов, определение их видов и разработка конкретной стратегии антикризисного управления.

В истории человечества кризис всегда связывали или с катастрофой, или с катаклизмом. Природные или человеческие силы вызывали беду или нашествие, резко ухудшавшие жизнь. В последние годы в современной литературе, говоря о кризисе, имеют в виду **спонтанный процесс лавинообразного разрушения системы, причем закономерности этого процесса совершенно одинаковы для самых разных систем, будь то человеческий организм, семья, организация или страна.**

Основная функция кризиса — ликвидация тех элементов, которые нежизнеспособны и наименее устойчивы. В экономике кризисы способствуют ликвидации слабых предприятий с устаревшими способами производства и формами организации предприятий.

Каждая экономическая система (страна, отрасль, регион, предприятие) переживает за время своего существования кризисные ситуации. И каждая решает проблему выхода из кризиса. В результате одни предприятия быстро исчезают, а другие существуют десятки и сотни лет.

Определений кризиса в литературе встречается множество.

Кризис — это состояние, при котором существующие средства достижения целей становятся неадекватными, в результате чего возникают непредсказуемые ситуации и проблемы.

Кризис (от греч. krisis — решение) означает резкое изменение, крутой перелом.

Термин «кризис» широко применялся в медицинской практике и обозначал резкое изменение состояния больного, после которого больной либо умирал, либо выздоравливал. Поэтому кризис воспринимали как поворотную точку, поворотный

момент, разделяющий все то, что было раньше, от того, что будет после, как очень опасную, полную угроз ситуацию, требующую немедленного решения.

Кризис, по В. И. Далю, — перелом, переворот, решительная пора переходного состояния. Кризис — или перелом болезни, или переворот денежный.

Системный кризис — это хаотическое состояние, являющееся следствием износа систем компании, ведущее к их гибели или к преобразованию, в результате чего в компании во внешней среде разрушаются деловые связи, все перспективные договоренности, а во внутренней среде разрушаются структура, управление, мотивация.

По мнению одних зарубежных исследователей, кризис — это событие или совокупность обстоятельств, которые мешают вашему бизнесу его осуществлять, другие считают, что кризис — это то, что угрожает деятельности компании, персоналу, акционерному капиталу, заинтересованным лицам,

При этом необходимо отметить, что кризис фирмы, прежде всего, ассоциируется с драматическими угрозами — комплексом событий, которые угрожают бизнесу. **Если объединить всевозможные определения кризиса из разных источников, то кризисом можно назвать невозможность функционирования системы в рамках прежней модели.**

В настоящее время многие под кризисом понимают острую, нестабильную ситуацию, имеющую негативные последствия. **Но существуют теории, которые рассматривают кризис как явление, ориентированное на ликвидацию старого и на развитие нового, и воспринимают кризис с положительной стороны. Поэтому в их основу заложена не борьба с кризисом, а реструктуризация системы, соответствующая новым отношениям.** (*Антикризисное управление : учебник и практикум для академического бакалавриата / под ред. Н. Д. Корягина. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 367 с. — Серия : Бакалавр. Академический курс*).

По структуре отношений в социально-экономической системе, по дифференциации проблематики ее развития можно выделить отдельные группы экономических, социальных, организационных, психологических, технологических кризисов.

Экономические кризисы отражают острые противоречия в экономике страны или экономическом состоянии отдельного предприятия, фирмы. Это кризисы производства и реализации товара, взаимоотношений экономических агентов, кризисы неплатежей, потери конкурентных преимуществ, банкротства и пр.

Социальные кризисы возникают при обострении противоречий или столкновении интересов различных социальных групп или образований: работников и работодателей, профсоюзов и предпринимателей, специалистов различных профессий, персонала и менеджеров и др.

Организационные кризисы проявляются как кризисы разделения и интеграции деятельности, распределения функций, регламентации функционирования отдельных подразделений, как отделение административных единиц, регионов, филиалов или дочерних фирм.

Психологические кризисы - это кризисы психологического состояния человека. Они проявляются в виде стресса, приобретающего массовый характер, в возникновении чувства неуверенности, паники, страха за будущее, неудовлетворенности работой, правовой защищенностью и социальным положением. Это кризисы в социально-психологическом климате общества, коллектива или отдельной социальной группы.

Технологический кризис возникает как кризис новых технологических идей в условиях явно выраженной потребности в новых технологиях. Это может быть кризис технологической несовместимости изделий или кризис отторжения новых технологических решений. В более обобщенном плане такие кризисы могут выглядеть кризисами научно-технического прогресса — обострение противоречий между его тенденциями, возможностями, последствиями. Например, в настоящее время переживает явный кризис идея мирного использования атомной энергии, строительства атомных

электростанций и кораблей (Федотова М.Г. Связи с общественностью как антикризисный менеджмент: учеб. пособие - Омск: Изд-во ОмГТУ, 2009. – 64 с).

Правила поведения в кризисной ситуации и исключения из них. Стр 24 (Федотова М.Г. Связи с общественностью как антикризисный менеджмент: учеб. пособие - Омск: Изд-во ОмГТУ, 2009. – 64 с)

Две кризисных ситуации, ставшие хрестоматийными, определили ряд правил, которыми рекомендуют пользоваться специалисты по антикризисному управлению.

Первая из них сложилась в американской компании "Джонсон и Джонсон", когда в 1982 г., после десятилетий успешного распространения лекарства "Тайленол", в Чикаго произошел несчастный случай: при изготовлении препарата кто-то подсыпал в него цианистый калий, в итоге 7 человек скончались.

Непосредственно после того, как стало известно об отравлении "Тайленолом", компания приложила максимальные усилия, чтобы известить об этом национальные СМИ и призвать людей не пользоваться лекарством.

Были оперативно изъяты из продажи все без исключения опасные препараты. Состоялась оперативная пресс-конференция руководителей компании; все телефоны (около 800) завода "Макнил", производившего препарат, работали на прием запросов в режиме «горячей линии»; у каждого телефона сидел проинструктированный сотрудник фирмы. Служащие знали, что говорить, а что нет, куда адресовать самые сложные вопросы.

"Джонсон и Джонсон" убеждала людей в том, что не только пострадавшие, но и компания в целом стала жертвой террориста. По всей стране, почти в 180 газетах, "Джонсон и Джонсон" поместила необычное рекламное объявление, которое выражало благодарность американской общественности за поддержку и предлагало купоны на бесплатную замену оставшихся у населения упаковок "Тайленола".

Параллельно отдел по связям с органами власти фирмы устанавливал контакты со всеми членами американского Конгресса и предлагал помощь в составлении ответов на запросы. Отдел также работал с различными комитетами Конгресса на предмет содействия скорейшему введению закона о фармакологических упаковках специальной конструкции, который сделал бы невозможным повторение трагедии в Чикаго. Разумеется, об этой стороне деятельности компании общественность также информировалась.

В реализации продуманной коммуникационной политики активное участие принял глава компании Д. Берк. В результате принятых мер компании уже через два месяца удалось восстановить 80% своего рынка, а через два года — его полный объем.

В процессе описанных действий сформировались стандарты управления кризисными ситуациями.

«Правила "Тайленола"»

1. Выработайте ясную и четкую позицию. Эта позиция, безусловно, должна быть гибкой, чтобы позволить реагировать на изменяющуюся ситуацию, и в то же время достаточно конкретной, исключая общие фразы. Разработка ясной и четкой позиции возможна на основе докризисного формализованного анализа потенциальных кризисов и ресурсов организации, позволяющих с ними справиться

2. Сделайте все, чтобы глава компании стал доступен для прессы, а руководство компании было вовлечено в антикризисные мероприятия. Важно не просто участие высшего менеджмента компании в разработке антикризисных шагов, но и их публичного появления либо в кругу своих коллег, с которыми вместе осуществляются антикризисные меры, либо на месте аварии или любого другого кризисного события. Однако присутствие главы компании на месте тривиального происшествия может преувеличить значение кризиса как для СМИ, так и для служащих компании, поэтому незначительные кризисы требуют вмешательства среднего менеджмента, а не ее руководителей

3. Сотрудничайте с прессой. Очень важно в кризисной ситуации найти общий язык с прессой, правильно выбирать те средства массовой информации, которые наиболее эффективно смогут донести информацию до целевых аудиторий. Журналисты, стремящиеся как можно больше узнать о произошедшем, отнюдь не являются врагами компании.

4. Попросите прощения, выразите сожаление о случившемся; однако это не значит, что компания должна брать на себя ответственность за то, что случилось не по ее вине, а тем более если кризис является выдуманным.

5. Мобилизуйте персонал на совместное преодоление трудностей. Первой реакцией любого сотрудника, узнавшего о кризисе в компании, станет мысль о том, что же будет теперь с ним лично. И в этот момент крайне важно, насколько руководству компании удастся продемонстрировать сотрудникам понимание их озабоченности своей судьбой, насколько удастся мобилизовать персонал на совместное преодоление трудностей. Персонал несет из компании во внешний мир свое восприятие кризиса, транслируя его своим близким и друзьям. Поэтому чрезвычайно важно, чтобы информация для сотрудников, общие оценки ситуации, совпадали с тем, что говорится вовне, за исключением некоторых дополнительных деталей. Сотрудники никогда не должны узнавать о том, что произошло с их компанией, из прессы. Именно персонал станет ключевым ресурсом компании в процессе преодоления кризиса и восстановления после него.

6. Отзовите продукт.

Однако компания "Пепси-кола", когда в банке диетической "Пепси" был обнаружен медицинский шприц, не стала отзывать продукцию.

СМИ, крайне удивленные подобной линией поведения в ситуации порчи продукта, взывали к совести компании, напоминали об ответственности перед обществом, продолжали искать «улики» и озвучивать истории о «жертвах».

В ответ на агрессивное поведение СМИ компания разработала стратегию открытой коммуникации. Ставилась задача убедить общественность в надежности и безопасности используемой тары и соответственно в том, что инородный предмет мог оказаться в банке только в том случае, если его поместили в нее уже после вскрытия.

Параллельно с реализацией коммуникационной стратегии компания начала тщательную проверку процесса изготовления и бутилирования, чтобы еще раз убедиться, что порча продукта произошла не на стадии производства.

По Центральному телевидению США демонстрировали два видеоролика: документальный фильм — экскурсия по одному из заводов "Пепси" и обращение президента компании. В первом специалист по производственному процессу объяснял, почему высокотехнологичное и высокоскоростное бутилирование исключает возможность порчи продукта. Во втором президент компании К. Вэзерап выступал с разъяснением позиции компании и сообщением о первом аресте провокатора, произведенном по «делу о шприцах». В течение последующих трех дней президент компании и ее эксперт по качеству отвечали на вопросы журналистов. Вышедший позднее третий видеоролик содержал запись пресс-конференции, в ходе которой сообщалось о несостоятельности версии порчи продукта на стадии производства и бутилирования, а также видеозапись камерой наблюдения покупателя супермаркета, опускающего шприц в банку диетической "Пепси". На седьмой день после первого сообщения о шприце в банке диетической "Пепси" в четвертом и последнем видеоролике компания поблагодарила покупателей за доверие и поддержку.

В результате проведенной антикризисной PR-кампании 94% покупателей, отметили, что компания достойна их доверия и сочувствия; продажи этого напитка возросли и в июле—августе 1993г. побили все рекорды предыдущих 5 лет; акционеры "Пепси" и финансовое сообщество не потеряли доверия к компании, и даже в период кризиса цена на ее акции оставалась относительно стабильной

Как мы видели, эти правила безусловны, но именно они задают тон дальнейшему освещению проблемы в СМИ и общественном мнении. Например, стиля поведения, которому следовал Д. Берк (открытого общения со СМИ, достигаемости для журналистов, членораздельных ответов на любые вопросы), СМИ ожидают теперь от любого руководителя. Сегодня критерием для оценки действий организации служит не допущенный просчет, а меры по преодолению его последствий, представление общественности доказательств, что в организации работают порядочные и дееспособные люди.

«Имей свою версию. Расскажи все. Расскажи быстро», — вот принципы, предложенные известным английским специалистом по антикризисным PR Майклом Роджестером, которые лежат в основе первых часов профессиональных действий предприятия во время кризиса. О наличии собственной версии уже шла речь выше. Позиция «Расскажи все», имеющая в виду максимально возможную открытость организации, находящейся в кризисе, основана на простой логике: если компания сама не предоставит информацию, это сделают конкуренты, некомпетентные или предвзято настроенные лица. Общественное мнение не может быть положительным, если компания закрыта. Основной фактор в кризисной ситуации – это фактор времени («Расскажи быстро»). Реакция организаций во время кризиса, как правило, очень медленная. Основные причины этого: неготовность к кризису, отсутствие антикризисной программы, и плана действий, неподготовленный персонал. Стоит сказать и еще о некоторых правилах поведения организации в кризисной ситуации, выработанных PR-сообществом и являющихся сегодня общепризнанными:

- **привлекайте ресурсы третьей стороны.** Весьма эффективным в кризисной ситуации является использование различных экспертов (юристов, специалистов, технологов, финансовых аналитиков, лидеров мнений, клиентов, потребителей, ученых, чиновников, представителей общественных организаций и т.д.).

- **централизуйте коммуникации.** Чрезвычайно важно назначить одного человека, который будет выступать от лица компании с комментариями. Эффективным является создание антикризисного штаба, куда бы стекалась вся информация и где бы формировались официальные информационные материалы компании. Экономии времени в период кризиса способствует и предварительное формирование группы сотрудников, полномочных как принимать решения в экстремальных условиях, так и комментировать их. Необходимо определить лиц, которые будут нести ответственность за своевременное информирование, а также тех лиц, кого назначенное лицо обязано ставить в известность в первую очередь.

- **обеспечьте техническую сторону коммуникации.** Средства связи и оборудование должно быть готово к работе в условиях кризиса. Важно в докризисный период, во-первых, определить, какие из них в условиях кризиса могут быть задействованы немедленно, а во-вторых, какие дополнительные коммуникационные каналы можно привлечь при необходимости.

- **адекватно оценивайте кризис на всем его протяжении.** Менеджерам часто свойственно недооценивать масштабы кризиса в самом его начале и переоценивать на последующих этапах. Задача специалистов по связям с общественностью — помочь руководству компании адекватно оценить ситуацию. Для этого необходимо вести постоянный мониторинг как мнений отдельных аудиторий, так и публикаций в печати.

- **начинайте работу над послекризисным позиционированием компании.** Очень важна преемственность между антикризисными мерами и тем, как будет развиваться компания после кризиса. На это необходимо обратить внимание и, возможно, публично объявить, скажем, о мерах по предотвращению кризисных ситуаций в будущем, о каких-либо шагах по реорганизации и т. д. - постоянно ведите мониторинг ситуации и отслеживайте те процессы, которые происходят внутри компании и вовне. Всегда необходимо держать руку на пульсе, чтобы знать, что думают о компании ее сотрудники,

клиенты, партнеры, поставщики, дистрибьюторы, инвесторы, общественность в целом, а в период кризисов это особенно важно. Наилучшим инструментом для этого являются коммуникационные аудиты как внешних, так и внутренних аудиторий. Внешний аудит может проводиться в виде неформального исследования, контент-анализа публикаций в средствах массовой информации, опросов методом глубинных интервью, изучения мнений различных фокус-групп, исследования текстов, распространяемых компанией. Возможно сочетание всех этих элементов. В кризисные периоды, когда времени на глубокие исследования нет, хорошо использовать экспресс-опросы. Однако эти опросы будут более эффективны, когда есть результаты предыдущих исследований, и можно проследить динамику. Очень важно изучение мнения и состояния внутренней аудитории компании – ее сотрудников.

Важнейшим условием создания антикризисной стратегии является диагностика — определение вида кризиса, его причин, а также его текущей стадии. Именно успешная диагностика помогает подобрать эффективные меры, оперативно разрешить ситуацию.

4. Вид занятия: практическое занятие

5. Продолжительность занятий: 6 час.

6. Оснащение: дидактический материал

7. Структура занятий: (см технологическую карту-с.3)

Вопросы по теме

1. Какие сведения обычно содержит антикризисная программа?
2. Каковы правила поведения организации в кризисной ситуации? На основе каких событий они были разработаны?
3. Какие исключения из правил поведения в кризисной ситуации вам известны?
4. Какие элементы антикризисной стратегии содержатся в правилах поведения организации в условиях кризиса?

Контроль конечного уровня знаний и умений по теме	Тесты / ситуационные задачи / деловые игры контрольные вопросы и пр. <i>например, проект на тему</i> Что такое коммуникационная сеть и коммуникационное пространство? Коммуникативное событие. Незапланированное коммуникативное событие. Общественно значимая информация Кризисная коммуникация Перечислите основные характеристики Аргументируйте свой ответ.	Учебная комната	Сдача отчёта по результатам работы
---	---	-----------------	------------------------------------

Проект

Коммуникативный стиль руководителя в:

1) кризисный период (способ **коммуникации**, обусловленный индивидуальностью коммуникатора и выражающийся в предпочтении **определённых** кодов, каналов и средств **коммуникации**, степени соблюдения правил того или иного языка)

2) после кризисный период (способ **коммуникации**, обусловленный индивидуальностью коммуникатора и выражающийся в предпочтении **определённых** кодов, каналов и средств **коммуникации**, степени соблюдения правил того или иного языка)

3) вне кризисного периода (способ **коммуникации**, обусловленный индивидуальностью коммуникатора и выражающийся в

предпочтении **определённых** кодов, каналов и средств **коммуникации**, степени соблюдения правил того или иного языка)

Учебно-исследовательская работа обучающихся по темам:

Возникновение и течение кризисных ситуаций

Важность реагирования на кризисные ситуации и восстановление «потерянного доверия» у аудиторий.

Базовый регламент действий при возникновении кризиса, политика взаимодействия со СМИ.

Работа антикризисного штаба: официальные заявления, опровержения, брифинги, информационные сообщения.

Формирование антикризисной коммуникационной стратегии и взаимодействие с внешними аудиториями.

Репутационные последствия: оценка ущерба и восстановление доверия внешних аудиторий.

Влияние внешних и внутренних кризисных ситуаций на сотрудников.

Корпоративные кодексы и их значение в коммуникации сотрудников с внешними аудиториями.

Работа с сотрудниками во время кризисной ситуации.

Восстановление доверия сотрудников к организации.

Коммуникационная сеть.

Коммуникационное пространство в конкретной коммуникационной среде.

Комплекс коммуникативных актов, коммуникативное событие.

Незапланированное коммуникативное событие.

Кризисная коммуникация.

Общественно значимая информация.

(проводится в учебное время) - работа с основной и дополнительной литературой, работа с заданиями с последующим анализом полученных результатов.

Литература:

1. Холостова, Е. И. Управление в социальной работе: учебник / Е. И. Холостова, О. Г. Прохорова, Е. И. Комарова. — Москва: Дашков и К, 2021. — 300 с. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/229922>
2. Фионова, Л. Р. Этика делового общения: учебное пособие / Л. Р. Фионова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Пенза: ПГУ, 2020. — 112 с. — ISBN 978-5-907262-63-8. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/162302>
3. Психология делового общения: учебное пособие / составители Т. Н. Чумакова, Н. М. Кувичкин. — Персиановский: Донской ГАУ, 2020. — 175 с. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/148562>
4. Ивлева, Т. Н. Деловое общение: учебно-методическое пособие / Т. Н. Ивлева. — Кемерово: КемГИК, 2014. — 92 с. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/79385>
5. Мельничук, В. А. Практикум делового общения: учебное пособие / В. А. Мельничук. — Санкт-Петербург: СПбГЛТУ, 2020. — 76 с. — ISBN 978-5-9239-1188-6. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/152543>
6. Дербисалина Г. А. Коммуникативные навыки в работе врача общей практики / Г. А. Дербисалина, А. И. Миралеева, А. С. Дербисалин. - Актобе : ЗКМУ, 2008. - 78 с. - Текст : электронный // ЭБС "Букап". - URL : <https://www.books-up.ru/ru/book/kommunikativnye-navyki-v-rabote-vracha-obcshej-praktiki-10948878/>

1. Тема и ее актуальность *Общение как социально-психологический механизм взаимодействия в профессиональной деятельности.*

Актуальность темы определяется необходимостью компетенций в области профессиональной коммуникации для успешной профессиональной деятельности.

2. Учебные цели: формировать представление о предмете, основных понятиях и категориях, основных подходах и концепциях профессиональной коммуникации

Цель освоения учебной дисциплины состоит в формировании системных знаний, умений и навыков в области профессиональной коммуникации и коммуникационного менеджмента необходимых для:

- профессиональных контактов в соответствии с потребностями совместной деятельности, включая обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия;
- планирования и реализации профессиональных мероприятий;
- представления результатов академической и профессиональной деятельности на различных публичных мероприятиях, включая международные, с выбором наиболее подходящего формата;
- выстраивания профессионального взаимодействия с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп;
- создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач

Формируемые компетенции: УК-3 (УК-3.2), УК-4 (УК-4.2, УК-4.3)

1) приобретение магистрами следующих **умений**:

- использовать полученные знания в процессе планирования, организации и осуществления своей профессиональной деятельности.
- пользоваться понятийным аппаратом изучаемой дисциплины.
- применять в профессиональной деятельности современные коммуникативные технологии для академического и профессионального взаимодействия
- устанавливать и развивать профессиональные контакты в соответствии с потребностями совместной деятельности, включая обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия
- представлять результаты академической и профессиональной деятельности на различных публичных мероприятиях, включая международные, выбирая наиболее подходящий формат
- анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия при планировании, организации и осуществления своей профессиональной деятельности.
- разрешать конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех сторон
- обеспечивать создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач
- выстраивать социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп

2) Приобретение магистрами следующих **знаний о**:

- предмете, основных понятиях и категориях, основных подходах и концепциях профессиональной коммуникации и коммуникационного менеджмента;
- основных задачах профессиональной коммуникации и коммуникационного менеджмента;
- возможностях создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач;

– концепциях основных современных достижений в фундаментальной, прикладной и практической областях наук о профессиональной коммуникации и коммуникационного менеджмента и перспективы их развития;

3. Материалы для самоподготовки к освоению данной темы

Понятие и сущность коммуникаций в организации. Стр.5 Сафина А.А. *Коммуникационный менеджмент*

Вне зависимости от того, к какому именно типу принадлежит та или иная организация, необходимым условием ее существования является координация совместной деятельности работников для достижения поставленных целей. Это требует хорошо отлаженной системы приема, передачи и переработки информации. Для того чтобы управленческие мероприятия были эффективными, а результат деятельности соответствовал ожиданиям, необходима развитая система коммуникаций, обеспечивающая синхронность и точность понимания передаваемого.

Термин «коммуникация» происходит от лат. «communis» – общее: передающий информацию пытается установить «общность» с получающим информацию. Основные различия коммуникаций заключаются в их структурных и процессуальных характеристиках

Согласно определению Д.П. Гавра, коммуникации в широком смысле слова рассматриваются как процессы социального взаимодействия, взятые в их знаковом контексте. Отсюда коммуникация может быть определена как передача не просто информации, а значения или смысла с помощью символов

Л.В. Ивановская определяет коммуникации в социальном контексте как процесс обмена информацией и передачи сведений между двумя людьми или в группе людей. Коммуникации – это важнейшее связующее звено между руководителем и его подчиненными, между руководителями одного уровня, между организацией и внешней средой.

Взаимодействуя друг с другом, включаясь в процесс общения, люди обычно преследуют конкретные цели.

К основным целям коммуникации обычно относятся следующие:

- обеспечение эффективного обмена информацией (прием и передача) между субъектами и объектами управления;
- совершенствование межличностных отношений в процессе обмена информацией;
- создание информационных каналов для обмена информацией между отдельными сотрудниками и группами и координации их задач и действий; – регулирование и рационализация информационных потоков в рамках организации и за ее пределами;
- формирование умений и навыков для успешной социокультурной деятельности; – формирование отношения к себе, к другим людям, к обществу в целом;
- обмен деятельностью, инновационными приемами, средствами, технологиями;
- изменение мотивации поведения;
- обмен эмоциями.

Коммуникации в организации или в группе выполняют ряд значимых функций:

- информативную функцию – передачу сведений, предоставление необходимой информации для принятия решений;
- мотивационную функцию – побуждение сотрудников к лучшему исполнению задач, используя убеждение, внушение, просьбы, приказы и т. д.;
- контрольную функцию – отслеживание поведения сотрудников различными способами на основе иерархии и формальной соподчиненности;

– экспрессивную функцию – способствование эмоциональному выражению чувств, переживаний, отношения к происходящему и возможность удовлетворять социальные потребности.

Психологическая специфика коммуникации как функции управления многозначна и раскрывается с различных сторон:

- коммуникативное поведение руководителя (менеджера);
- коммуникативные явления в работе руководителя (менеджера);
- коммуникативные процессы, связанные с деятельностью руководителя (менеджера).

Сам процесс коммуникации состоит из большого числа элементов и этапов.

Различают следующие классификации коммуникации.

По характеру восприятия информации коммуникации делятся на

- прямые, или целевые (в которых цель сообщения заложена в его тексте);
- косвенные (в которых информация заложена, скорее, «между строк»);
- смешанные.

По взаимодействующим сторонам коммуникации можно разделить на две основные категории: организационные и межличностные коммуникации.

Организационные коммуникации – это процесс, с помощью которого руководители развивают систему предоставления информации и передачи сведений большому количеству людей внутри организации и отдельным индивидуумам и институтам за ее пределами. Данный вид коммуникаций служит необходимым инструментом в координации деятельности по всей вертикали и горизонтали управления, позволяет получать необходимую информацию.

Организационные коммуникации делятся на две большие группы: внешние и внутренние. К «внешним» относятся коммуникации, представляющие собой информационное взаимодействие с внешней средой. Сюда входят средства массовой информации, органы государственного регулирования и т. п.

К «внутренним» относятся вертикальные и горизонтальные коммуникации.

К горизонтальным относятся коммуникации между подразделениями одного уровня управления (отделы, службы, подразделения). Между ними устанавливаются равноправные отношения, отношения координации действий. Коммуникации по вертикали (между уровнями управления) подразделяются на коммуникации по нисходящей (от руководителя к исполнителю) и восходящей линии.

По нисходящей передается информация о принятых решениях на высших уровнях (текущие задачи, конкретные задания, рекомендации). Эта информация может передаваться из одного уровня на другой вплоть до исполнителей. По восходящей передается информация о выполнении задач, мероприятиях в подразделениях, различные сведения и т. д.

Иногда возникает ситуация, когда решение вопроса на низовом уровне требует вмешательства руководителей высшего звена (происшествия, преступления и др.). В этом случае информация по ступеням управления снизу передается на самый высокий уровень.

Коммуникационный процесс: понятие, основные элементы, этапы, их характеристика

Основная цель коммуникации – достичь понимания обмениваемой информации, т. е. сообщения. Но сам по себе факт обмена информацией еще не гарантирует, что процесс был успешным. Чтобы лучше понимать процесс обмена информацией и условия его эффективности, следует иметь представление о стадиях процесса, в котором участвуют двое или большее число людей.

В процессе обмена информацией можно выделить **четыре базовых элемента**:

1. Отправитель – лицо, генерирующее идею либо отбирающее информацию для передачи.

2. Сообщение – собственно информация, закодированная в символы.
3. Канал – средство передачи информации.
4. Получатель – лицо, которому предназначена информация и которое ее интерпретирует.

В ходе коммуникации отправитель и получатель проходят несколько взаимосвязанных этапов. Их задача – составить сообщение и использовать канал для его передачи так, чтобы обе стороны одинаково поняли исходную идею. Это трудно, поскольку на каждом этапе смысл идеи может быть искажен и даже полностью утрачен.

Этапы коммуникации:

- 1) генерирование идеи;
- 2) кодирование и выбор канала;
- 3) передача;
- 4) декодирование;
- 5) обратная связь;
- 6) помехи.

Коммуникационные барьеры (Сафина А.А. Коммуникационный менеджмент: учеб. пособие / А.А. Сафина, Э.Г. Никифорова, А.Э. Устинов. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2015. – 104 с)

Под коммуникативным барьером принято понимать помехи, препятствующие достижению цели общения, которая заключается в том, чтобы донести до аудитории сведения в той или иной форме (в виде сообщений-фактов, сообщений-действий), побудить к конкретным поступкам, передать эмоции и т. д. При этом происходит получение обратной связи, в частности, сотрудниками от начальства и, наоборот, руководителями от подчиненных, а также решаются задачи изменения мнений, установок и в конечном итоге поведения адресата. В успешных компаниях руководство доводит до сотрудников актуальные сведения об изменении стратегии, разработке и внедрении новой политики (производственной, маркетинговой, финансовой) и т. д. Причем цель – не просто информировать исполнителей, но и заручиться их поддержкой при проведении организационных преобразований. Сотрудники, со своей стороны, сообщают начальству о текущих производственных проблемах, своем отношении к политике компании, предлагают идеи по решению бизнес-задач. Такое общение предусматривает передачу информации следующим образом:

- со стороны руководства – путем организации и проведения собраний как для управленцев, так и для персонала департаментов, а также электронных рассылок, размещения новостей и статей в Интернете, корпоративной прессе;

- со стороны сотрудников – через использование так называемых ящиков предложений, подготовку служебных записок начальству, описания своих идей в Интернете, выступления на производственных совещаниях, заседаниях рабочих проектных групп, личные встречи, отчеты о проделанной работе и т. д. Некоторые компании берут на вооружение такой метод сбора информации от сотрудников, как анкетирование.

Коммуникационные барьеры усложняют внутриорганизационное взаимодействие, из-за них информация может быть воспринята и усвоена большинством не так, как было задумано инициатором коммуникации (сотрудником или руководителем).

Чтобы определить наличие коммуникационных барьеров в организации, необходимо понять, кто именно выступает получателем информации (сотрудник или руководитель), поскольку от этого зависит его реакция. Так, в случае когда сообщения адресуются работникам, определить наличие коммуникационных барьеров можно по следующим признакам:

- бездействие подчиненного в ответ на конкретные указания начальника. Возникает, когда информация не доводится до адресата должным образом либо он не понимает или неосознанно искажает ее смысл;

- осознанное бездействие – отсутствие энтузиазма и мотивации к работе, формальное отношение к распоряжениям как пассивная форма сопротивления;

- вербальное и поведенческое противодействие – активные формы сопротивления персонала. Могут проявляться в игнорировании указаний руководителя вплоть до объявления забастовок; отказе от предоставления запрашиваемой начальством информации, участия в корпоративных мероприятиях; в агрессивных неконструктивных высказываниях на совещаниях; целенаправленных действиях по распространению слухов, негативных настроений в коллективе, создании конфликтной среды и т. д. Коммуникационный барьер, как правило, заключается в следующем:

- игнорирование или блокирование информации, поступающей «снизу». Иначе говоря, сообщения, предложения и вопросы сотрудников остаются без ответа, без должного внимания либо подвергаются жесткой критике со стороны начальства;

- принятие неэффективных управленческих решений вследствие некорректного восприятия и обработки сведений, поступающих от персонала. Доказано, что наибольшее искажение информации происходит при вертикальных восходящих коммуникациях. Большое число коммуникационных барьеров приводит к появлению рисков финансового, социально-психологического, правового характера. Их последствиями могут стать:

- ухудшение социально-психологического климата в коллективе (снижение эффективности социального аспекта системы управления);

- возникновение трудовых споров;

- повышение текучести кадров, увольнение ключевых сотрудников;

- утечка конфиденциальной информации;

- материальный ущерб (в том числе из-за упущенной выгоды);

- снижение показателей производительности труда;

- ухудшение качества производимого продукта (появление брака, увеличение числа рекламаций от клиентов) и т. д. Как следствие, стратегические и тактические цели бизнеса остаются недостижимыми. В связи с этим выделим основные группы коммуникационных барьеров:

1. Психологические барьеры возникают вследствие отрицательного отношения получателя информации к тому, от кого она исходит (например, неприязнь, недоверие), каналу передачи сведений и способу коммуникации, форме или содержанию сообщения. По своей природе психологический барьер – это механизм защиты от нежелательной (неинтересной, опасной) информации. Такие препятствия тесно связаны с межличностными, межгрупповыми конфликтами, а также с противостоянием отдельного сотрудника и коллектива в целом. Причем психологический барьер может быть как причиной, так и следствием развивающегося конфликта на предприятии.

2. Социальные барьеры связаны с принадлежностью обеих сторон к разным социальным группам (в том числе профессиональным, политическим, религиозным). Отдельно выделяются культурные барьеры, причина их появления – разность национальных групп. Социальные барьеры могут быть вызваны различиями в традициях общения, работы, отдыха, системах норм, ценностей, установок и т. д. Как правило, они с трудом поддаются воздействию извне, их можно лишь учитывать при организации коммуникации. Общее правило в данном случае – уважение к особенностям других социальных групп, адекватное восприятие разнородности современного общества, принятие объективных различий во мнениях, ценностях, сложившихся традициях. Следует отметить, что некоторые причины социальных барьеров вызывают и психологические трудности.

3. Организационные барьеры связаны с неспособностью или отсутствием у руководителей мотивации к эффективной организации внутрифирменных коммуникаций, особенно это критично, например, в крупной организации с развитой филиальной сетью.

4. Языковые барьеры. Встречаются следующие разновидности таких барьеров: семантические, стилистические, фонетические. Они могут быть связаны с различным

толкованием значений слов, незнанием языка и диалектов, наличием существенных дефектов речи и дикции, искаженным грамматическим построением высказываний участниками коммуникации. Обращаем внимание на то, что выделение групп коммуникационных барьеров – достаточно условно, так как границы между ними нечеткие и возможно пересечение барьеров. Однако практика управления предприятиями показывает, что чаще встречаются психологические и организационные сложности в общении.

4. Вид занятий: практическое занятие

5. Продолжительность занятий: 4 час.

6. Оснащение:

- дидактический материал

- иллюстративный материал и оснащение (мультимедийный проектор, ноутбук, мультимедийная презентация)

7. Структура занятий: (см технологическую карту-с.3)

Задания, кейсы, ситуации

Задание 1 Сотрудник взволнованно рассказывает о конфликтной ситуации, которая представляет для вас интерес. Как его нужно слушать?

Задание 2 Обратите внимание на манеру слушать своих друзей и партнеров. Умеют ли они слушать? Придерживаются ли установок эффективного слушания те собеседники, с которыми приятно разговаривать?

Задание 3 Разыграйте ситуацию «Опоздание»:

а) на встречу с другом;

б) на свидание;

в) домой после обещанного срока возвращения;

г) на деловую встречу;

д) на встречу с потенциальным работодателем. По условию опоздание столь значительно, что ожидающий уже выведен из терпения.

Задание 4

Отработка позиции Взрослого. Примеры игровых ситуаций:

1. Вы пришли по объявлению в газете устраиваться на работу рекламным агентом.

2. Вы пришли к декану с просьбой разрешить сдать досрочно сессию.

3. Вы пришли к руководителю курсов английского языка с просьбой о зачислении. Занятия в группе начались две недели назад.

4. Вы пришли к директору с просьбой дать вам внеочередной отпуск.

5. Вы пришли к директору фирмы устраиваться на работу его заместителем.

Ситуации обсуждаются в группе и комментируются.

Задание 5

Разыгрываемая ситуация. У жильца, живущего на верхнем этаже, протекает потолок из-за негодной кровли. Жилец делал телефонные заявки на ремонт крыши, но ее так и не починили. В квартире сырость. Заболел уже второй ребенок. Жилец решил идти к начальнику ЖЭС. Его цель – добиться, чтобы кровлю немедленно починили.

Условия игры. Начальник находится в позиции Родителя, исполнители роли жильца – в психологических позициях Ребенка, Родителя и Взрослого.

Разговор начальника с Жильцом-Родителем заканчивается конфликтом.

Разговор с Жильцом-Ребенком ни к чему начальника не обязывает.

Разговор с Жильцом-Взрослым ведется в деловом тоне, жилец оставляет заявление и уходит с надеждой на то, что будет сделано все возможное.

Задания участникам игры.

1. В роли Жильца-Родителя нудно требовать, возмущаться. Увидев, что начальник «не кается», грозить ему жалобами в вышестоящие инстанции. Уйти со скандалом.

2. В роли Жильца-Ребенка нужно долго рассказывать о тяжелом положении с детьми, жаловаться, просить. Уйти, так и не назвав свой адрес.

3. В роли Жильца-Взрослого прийти с заявлением. Кратко изложить суть дела. Спокойно спросить о причине, по которой крыша до сих пор не отремонтирована. Обсудить ситуацию. Уйти, зарегистрировав заявление.

4. В роли Начальника занять агрессивную позицию в ответ на позицию Жильца-Родителя. Быстро отделаться от Жильца-Ребенка. Если ближе роль Родителя заботливого, пообещать все сделать, даже не спросив, где живет жилец. В роли Родителя-критика отчитать просителя: «У других еще не то происходит!» В ответ на вопрос Жильца-Взрослого объяснить ситуацию (один кровельщик болеет, второй давно уволился), перейти с ним на деловой тон. Возможно, принять его совет или предложение.

Задание 7

По кругу в произвольном порядке передается какой-нибудь предмет. Участник, передающий предмет, должен назвать качество, которое объединяет его с тем человеком, которому он передает предмет.

При этом он начинает свою фразу словами: «Имя, я думаю, нас с тобой объединяет...» и называет это качество, например: «Мы с тобой одинаково общительны».

Тот, кто получает предмет, отвечает: «Я согласен», если он согласен, или «Я подумаю», если не согласен. Даже если вы не согласны, что у вас есть это качество, все равно то, что сообщает партнер, несет в себе определенную полезную информацию о том, как мы выглядим в глазах других людей.

Задание 8

Участникам предлагается выявить в других людях качества, вызывающие восхищение, уважение или симпатию.

Задание выполняется по кругу или письменно. Партнером в этом задании становится тот участник занятия, с кем меньше всего знакомы, что усложняет задачу. Первый, кто начинает, говорит: «Имя. Мне нравится в тебе...». Человек, в свою очередь, должен назвать те чувства, которые возникли у него в ответ на эти слова.

Так как большинство участников, реагируя на слова, говорят чаще всего, что им приятно или неприятно, то необходимо усложнить задачу до осознания чувств, например, говоря о положительных эмоциональных состояниях, необходимо их конкретизировать: мне радостно, я получил удовольствие, испытал восторг, почувствовал себя счастливым, появилась надежда, уверенность в себе. Меня охватила гордость, я торжествовал и т. п.

Задание 9

Проанализируйте ситуации, разработайте механизм критики для каждой ситуации, проведите дискуссию по обсуждению предлагаемых вариантов критики, выберите наиболее конструктивные приемы

Ситуация 1 Подчиненный вам работник, талантливый специалист творческого типа, в возрасте, обладает статусом и личностными достижениями, пользуется большой популярностью у деловых партнеров, решает любые проблемы и великолепно взаимодействует. Вместе с тем у вас не сложились отношения с этим работником. Он не воспринимает вас как руководителя, ведет себя достаточно самоуверенно и амбициозно. В его работе вы нашли некоторые недочеты и решили высказать ему критические замечания, однако ваш предыдущий опыт свидетельствует о его негативной реакции на критику: он становится раздражительным и настороженным. Как вести себя?

Ситуация 2 Вслед за кратким выговором вы сказали работнику несколько приятных слов. Наблюдая за партнером, вы заметили, что его лицо, поначалу несколько напряженное, быстро повеселело. К тому же он начал как всегда шутить и балагурить, рассказал пару свежих анекдотов и историю, которая сегодня произошла у него в доме. В конце разговора вы поняли, что критика, с которой вы начали разговор, не только не была воспринята, но и как бы забыта. Вероятно, он услышал только приятную часть разговора. Что вы предпримете ?

Ситуация 3 Всякий раз, когда вы ведете серьезный разговор с одной из ваших подчиненных, критикуете ее работу и спрашиваете, почему она так поступает, она

отделяется молчанием. Вам это неприятно, вы не знаете толком, с чем связано ее молчание, воспринимает она критику или нет, вы расстраиваетесь и злитесь. Что можно предпринять, чтобы изменить ситуацию?

Ситуация 4 Вы критикуете одну свою служащую, она реагирует очень эмоционально. Вам приходится каждый раз свертывать беседу и не доводить разговор до конца. Вот и сейчас, после ваших замечаний – она расплакалась. Как добиться того, чтобы довести до нее свои соображения?

Ситуация 5 У вас есть несколько подчиненных, которые совершают немотивированные действия. Вы видите их постоянно вместе, при этом вам кажется, что вы знаете, кто у них неформальный лидер. Вам нужно заставить их хорошо работать, а не устраивать «тусовки» прямо на рабочем месте. Вы не знаете, какой интерес их объединяет. Что вы предпримете для изменения ситуации и улучшения работы?

Ситуация 6 Вы приняли на работу молодого способного специалиста, только окончившего престижный институт. Он отлично справляется с работой. Уже закончил несколько проектов, и клиенты им очень довольны. Вместе с тем он резок и заносчив в общении с другими работниками, особенно с обслуживающим персоналом. Вы каждый день получаете такого рода сигналы, а сегодня поступило письменное заявление по поводу его грубости. Какие замечания и каким образом необходимо сделать молодому специалисту, чтобы изменить его стиль общения в коллективе?

Ситуация 7 Во время делового взаимодействия с вами ваш сотрудник «вышел из себя», не принимая ваших замечаний по поводу очередного рекламного проекта. Вы не можете позволить подчиненному так себя вести. Ведь это подрывает ваш авторитет. Что вы предпримете?

Ситуация 8 Ваш заместитель – очень опытный специалист, он действительно знает работу как «свои пять пальцев», практически он незаменим, когда он рядом, вы уверены, что все будет хорошо. Однако вы знаете, что он бесчувственный человек и никакие «человеческие» проблемы его не интересуют. От этого в коллективе последнее время стало тревожно, некоторые коллеги собираются подать заявление об уходе, так как он их обидел. Вы пытались в неформальной беседе с ним это обсудить, но он даже не понимает, о чем вы говорите, его интересует только план и прибыль. Как нужно воздействовать на своего заместителя, чтобы изменить стиль его взаимодействия с персоналом? Что вы предпримете?

Задание 10 В группе выбираются два участника, один из которых играет роль иностранца, а другой – переводчика. Остальным предлагается представить себя журналистами, находящимися на пресс-конференции приехавшего иностранного гостя. «Иностранец» сам выбирает образ своего героя и представляет его публике (это может быть известный предприниматель, политический деятель, адвокат, менеджер и т. д.). Журналисты задают ему вопросы, на которые он отвечает на «иностранном» языке. Задача участника, исполняющего роль «переводчика», кратко, сжато, но точно передать то, что сказал «иностранец».

Обратите внимание на реакцию слушателей-«журналистов» и «иностранца»:

- а) когда даются остроумные и неординарные интерпретации текстов;
- б) когда точно передается мысль.

Подумайте над словами американского психолога К. Роджерса о том, что слишком точная интерпретация может вызвать отторжение и защиту, а неадекватная интерпретация – лишний раз утвердить чело века в ощущении того, что его никто не понимает. Результат тренинга обсудите в этом контексте.

Задание 11 Один из участников рассказывает о том, что произошло с ним сегодня утром или вчера вечером, или о том, в каком состоянии он находится в данный момент. Кто-то из группы пытается точно воспроизвести его рассказ, кто-то вербализует только основные и наиболее значимые элементы рассказа, кто-то – интерпретирует. После каждого пересказа у рассказчика спрашивают, правильно ли передана мысль, это ли

содержание рассказчик хотел донести до группы. Если рассказчик не вполне удовлетворен, другой член группы выполняет задание, и так до тех пор, пока не будет найден адекватный вариант.

Учебно-исследовательская работа обучающихся по темам:

Общение как социально-психологический механизм взаимодействия в профессиональной деятельности.

Функции, формы и уровни коммуникативной деятельности (КД).

Стили, виды, стратегии (КД).

Вербальные средства коммуникации.

Трудности и барьеры коммуникации.

Невербальные средства общения.

(проводится в учебное время) - работа с основной и дополнительной литературой, работа с заданиями с последующим анализом полученных результатов.

Литература:

1. Холостова, Е. И. Управление в социальной работе: учебник / Е. И. Холостова, О. Г. Прохорова, Е. И. Комарова. — Москва: Дашков и К, 2021. — 300 с. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/229922>
2. Фионова, Л. Р. Этика делового общения: учебное пособие / Л. Р. Фионова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Пенза: ПГУ, 2020. — 112 с. — ISBN 978-5-907262-63-8. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/162302>
3. Психология делового общения: учебное пособие / составители Т. Н. Чумакова, Н. М. Кувичкин. — Персиановский: Донской ГАУ, 2020. — 175 с. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/148562>
4. Ивлева, Т. Н. Деловое общение: учебно-методическое пособие / Т. Н. Ивлева. — Кемерово: КемГИК, 2014. — 92 с. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/79385>
5. Мельничук, В. А. Практикум делового общения: учебное пособие / В. А. Мельничук. — Санкт-Петербург: СПбГЛТУ, 2020. — 76 с. — ISBN 978-5-9239-1188-6. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/152543>
6. Дербисалина Г. А. Коммуникативные навыки в работе врача общей практики / Г. А. Дербисалина, А. И. Миралеева, А. С. Дербисалин. - Актобе : ЗКМУ, 2008. - 78 с. - Текст : электронный // ЭБС "Букап". - URL : <https://www.books-up.ru/ru/book/kommunikativnye-navyki-v-rabote-vracha-obcshej-praktiki-10948878/>

1. Тема и ее актуальность *Психология делового общения. Деловая коммуникация, разновидности делового общения. Формы деловой коммуникации.*

Актуальность темы определяется необходимостью компетенций в области профессиональной коммуникации для успешной профессиональной деятельности.

2. Учебные цели: формировать представление о предмете, основных понятиях и категориях, основных подходах и концепциях профессиональной коммуникации

Цель освоения учебной дисциплины состоит в формировании системных знаний, умений и навыков в области профессиональной коммуникации и коммуникационного менеджмента необходимых для:

- профессиональных контактов в соответствии с потребностями совместной деятельности, включая обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия;
- планирования и реализации профессиональных мероприятий;
- представления результатов академической и профессиональной деятельности на различных публичных мероприятиях, включая международные, с выбором наиболее подходящего формата;
- выстраивания профессионального взаимодействия с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп;
- создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач

Формируемые компетенции: УК-3 (УК-3.2), УК-4 (УК-4.2, УК-4.3)

1) Приобретение магистрами следующих умений:

- использовать полученные знания в процессе планирования, организации и осуществления своей профессиональной деятельности.
- пользоваться понятийным аппаратом изучаемой дисциплины.
- применять в профессиональной деятельности современные коммуникативные технологии для академического и профессионального взаимодействия
- устанавливать и развивать профессиональные контакты в соответствии с потребностями совместной деятельности, включая обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия
- представлять результаты академической и профессиональной деятельности на различных публичных мероприятиях, включая международные, выбирая наиболее подходящий формат
- анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия при планировании, организации и осуществления своей профессиональной деятельности.
- разрешать конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех сторон
- обеспечивать создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач
- выстраивать социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп

2) Приобретение магистрами следующих знаний о:

- предмете, основных понятиях и категориях, основных подходах и концепциях профессиональной коммуникации и коммуникационного менеджмента;
- основных задачах профессиональной коммуникации и коммуникационного менеджмента;
- возможностях создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач;

– концепциях основных современных достижений в фундаментальной, прикладной и практической областях наук о профессиональной коммуникации и коммуникационного менеджмента и перспективы их развития;

3. Материалы для самоподготовки к освоению данной темы:

Самопрезентация (*Коммуникационный менеджмент: учеб. пособие / А.А. Сафина, Э.Г. Никифорова, А.Э. Устинов. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2015. – 104 с.) стр.58*

В настоящее время борьба на рынке в основном ведется не между теми или другими товарами (фирмами), а между их имиджами.

При общении с представителями фирмы, знакомстве с ее товарами, услугами в восприятии партнеров складывается определенный образ. Если участнику деловой коммуникации не удастся так преподнести себя, чтобы сформировать у партнера положительный и престижный образ, рассчитывать на успех не приходится. Он должен правдиво отображать лучшие качества и быть при этом простым и искренним. В большинстве своем нельзя оценивать себя объективно. Кроме того, то, что мы считаем важным в своей внешности, порой остается незамеченным другими людьми, в то время как редко видимые нами детали, к примеру, выражение лица и язык тела, становятся источниками своеобразных сигналов, которые принимаются и оцениваются нашими деловыми партнерами.

Всего 4 секунды нужно для того, чтобы произвести на партнера первое впечатление, и если вдруг оно оказалось негативным, то понадобится четыре года, чтобы изменить ситуацию, продемонстрировать себя в лучшем свете, вызвать симпатию. Вот почему каждому деловому человеку нужно владеть самомаркетингом, искусством создания положительного имиджа.

На формирование имиджа оказывает влияние весь спектр факторов, проявляющихся в таких аспектах делового взаимодействия, как умение представиться, вызвать к себе симпатию (сформировать аттракцию), привлечь к себе внимание. Деловой человек (юрист, менеджер, релайтер и др.) для того, чтобы произвести в процессе коммуникаций «первое хорошее впечатление», должен совершенно сознательно использовать свой внешний вид, свой голос и речь, глаза и зрительный контакт.

Известный психолог Карл Юнг считал, что о человеке судят по личине, которую каждый из нас надевает для того, чтобы соответствовать требованиям общества. Многие тратят усилия на то, чтобы отшлифовать фасад, внешний образ, публичный имидж и таким образом продемонстрировать тот или иной стиль. Однако стиль, как правило, обусловлен внутренним содержанием личности человека. Каждая грань личности человека формируется под влиянием того, какие поступки совершают окружающие его люди, как они одеваются, как ходят, говорят, слушают. При определенных обстоятельствах в деловой коммуникации такая информация может быть весьма полезной, и она становится более значимой, если от нее зависит достижение ваших личных целей.

Попробуйте провести анализ своих целей: стратегических, например на ближайшие пять лет; целей на близкую перспективу, например на этот год; целей по типу – здесь и сейчас. Определяя цели, мы концентрируем на них свое внимание и задумываемся над тем, что нужно сделать, чтобы их достичь. Будучи постоянно вовлеченными в межличностные отношения с другими людьми, вы должны сделать все от вас зависящее, чтобы достичь собственного успеха. Для начала постарайтесь разобраться в себе, определить свои сильные и слабые стороны.

Для самопрезентации важно также помнить о своих достижениях и потенциальных способностях и возможностях, укреплять уверенность в собственных силах. Обманчиво первое впечатление или нет, деловой человек должен сделать все, чтобы понравиться своему деловому партнеру с первого взгляда. Контакт – это начало взаимодействия двух партнеров.

Для установления контакта с партнером при самопрезентации специалисты по проблемам общения рекомендуют следующие приемы:

улыбка, доброжелательный взгляд;
приветствие, включающее рукопожатие и слова; – обращение к партнеру по имени и отчеству;

представление, знакомство, обмен визитными карточками;
проявление дружеского расположения, использование для этого шутки, юмора, комплиментов, видимого участия;

подчеркивание значимости партнера, фирмы, которую он представляет, проявление уважения к нему, демонстрируемое словами, мимикой, жестами, позой, организацией пространственной среды;

подчеркивание общности с партнером, поиск взаимных интересов, выяснение позиций, мнений, связанных с актуальными событиями;

предоставление партнеру возможности почувствовать свое превосходство над вами. Д. Карнеги отмечает, что любой человек может быть в какой-то сфере более компетентным, чем вы. Поэтому ваше открытое признание в этом способствует установлению эффективного контакта, так как дает возможность партнеру почувствовать свою значимость.

В деловой среде принято такое начало знакомства: – Разрешите (позвольте) с вами познакомиться! – Позвольте представиться!

Называются фамилия, имя, отчество.

Называются профессия, должность, место работы (в зависимости от ситуации общения).

Если знакомство предваряет деловые контакты, в которых говорящий уполномочен представлять определенную организацию, следует добавление:

– Я представляю фирму...

– Я уполномочен вести переговоры от имени...

Как правило, деловое знакомство предполагает обмен визитными карточками:

– Позвольте вручить вам мою визитную карточку.

– Мои «координаты» указаны в визитной карточке.

В ответной реплике важно подчеркнуть удовлетворенность по поводу состоявшегося знакомства:

– Очень приятно!

– Очень рад!

– Очень рад с вами познакомиться (возможно добавление имени-отчества нового знакомого) или:

– Мне очень приятно, что мы познакомились...

После приветствия или знакомства целесообразно задать вопросы о делах, о здоровье, о каком-то событии.

У деловых людей иногда возникают сомнения по поводу того, сколько вопросов необходимо задать или насколько подробными могут быть ответы.

В деловом общении партнеру сообщается такое количество информации, которое необходимо для данной цели общения.

В условиях самопрезентации партнер демонстрирует столько знаков внимания, сколько уместно в конкретной ситуации.

Более уместны ответы краткие и нейтральные, например, на вопрос «Как дела?» следуют ответы: «

Не могу пожаловаться»,

«Нормально».

В ответ нужно задать один-два аналогичных вопроса.

Известные слова «По одежке встречают...» актуальны всегда.

На 90 % то, как вас воспринимает клиент, коллега, относится к одежде.

Выбирая одежду на каждый день, мы демонстрируем свой вкус, индивидуальность и отношение к остальному человечеству. Одеваясь так же, как другие, мы показываем, к какой «общности людей» себя относим. Решив одеться индивидуально, мы порой не вписываемся в общепринятые нормы. Некоторые цвета и рисунки тканей, блестящий металл в украшениях и оправках очков, грим ярких тонов вызывают нежелательный эффект, называемый визуальной вибрацией. Эту особенность следует учитывать, если вы идете на самопрезентацию. Важно также продемонстрировать ухоженность. Волосы, руки и запах составляют немаловажную часть вашего общего образа. Уверенность в себе несомненно способствует успеху самопрезентации, ибо неуверенный в себе человек все подвергает сомнению, прежде чем что-то сказать, сомневается в своих возможностях, долго думает. Уверенность приходит не сразу, нужны долгие годы и множество успешных ситуаций. Совершенно очевидно при этом, что уверенность усиливается, когда вы чувствуете себя профессионально компетентным, занимаетесь делом, адекватным вашим возможностям и интересам, четко знаете свои цели, намерения, планируете их реализацию.

В деловом мире рассчитывать на поддержку деловых партнеров не приходится, они готовы с вами лишь конкурировать, поэтому нужен постоянный самоконтроль.

Для развития уверенности в себе делайте следующее:

1. Перестаньте критиковать самого себя. Самокритика чаще всего деструктивна. Любите себя. Не выставляйте напоказ свои недостатки. Принимайте комплименты как должное, просто говорите «спасибо».

2. Перестаньте жаловаться. Самокопание и самобичевание, как правило, проблем не решают, а публичные рассказы о своей несостоятельности вызывают у окружающих раздражение. Научитесь себя уважать. По-деловому преодолевайте трудности. Ищите пути решения проблем, а не причины и обстоятельства, способствовавшие их появлению.

3. Займитесь физической формой. Старайтесь больше расслабляться. Сочетайте работу с отдыхом, не перегружайтесь в размышлениях «А что если...?» Решайте проблемы по очереди и конструктивно.

4. Независимость. Не рассчитывайте на то, что другие помогут вам стать счастливым. В работе будьте самодостаточными. Контролируйте свои эмоции.

5. Позитивный взгляд. Оптимизируйте любую ситуацию. Если вы ведете себя так, будто должно случиться самое худшее, то, скорее всего, так и произойдет. Не программируйте неудачи. Наш мозг не в состоянии воспринимать сообщения, начинающиеся с «НЕ». Он принимает только позитивную информацию. Вместо того чтобы говорить самому себе, как не делать плохо, говорите, как сделать хорошо. Прогнозируйте успех, создавайте положительные образы.

Типичные признаки человека, который «закрыт» для других:

- он испытывает страх, нерешителен, ему недостает веры в свои силы;
- он пессимист, отличается недоверчивостью, рассчитывает только на плохое;
- он эгоист, думает только о себе и своей выгоде;
- он редко смеется и проявляет свою радость, редко говорит «спасибо»;
- о себе он говорит, что работа приводит его в стрессовое состояние, что у него практически нет свободного времени; – он ругается, брюзжит, выказывает себя умником;
- он слишком много говорит о себе и слишком мало слушает других;
- он часто действует суетливо, нервозно, с раздражением;
- для снятия напряжения он выкуривает пачку, другую сигарет;
- он распространяет вокруг себя недружелюбную, гнетущую атмосферу;
- он действует «против».

Деловой человек позитивного типа воспринимает жизнь главным образом положительно. Проблемы он рассматривает как возможность совершенствовать свою личность, достигать зрелости. Его наполняет радостью то, что он успешно справляется с поставленными перед ним задачами. Он стремится быть симпатичным людям.

Позитивные деловые партнеры любят окружающих их людей и радуются любой возможности пообщаться с ними. Они считают себя помощниками и посредниками, оказывающими услуги клиентам и партнерам. Деловой человек respectable типа пользуется у окружающих его людей любовью и уважением. Его ценят начальники, партнеры, коллеги, клиенты. Его профессиональные знания и умения постоянно совершенствуются, так как он знает, что должен предлагать окружающим самое лучшее, самое инновационное. Воздействие respectable делового партнера базируется на его человечности, общей эрудиции, соответствующей современному уровню знаний, и на чувстве справедливости. Деловой человек, оптимально настроенный, эффективно организует свои действия, планирует свою работу, хорошо выполняет поставленные перед ним задачи, делает все по возможности быстро. Такие люди живут сознательно и целеустремленно. Они систематически анализируют свои жизненные цели и согласовывают их со своим партнером, начальником, членами семьи. Они рационально организуют свой рабочий день и тем самым положительно влияют на свою жизнь. Кто открыт для других, не должен бояться, что его знания и умения не будут востребованы и оценены. Излучающего спокойствие, уверенного в себе, открытого человека принимают в любых деловых кругах, адекватно оценивают и хорошо воспринимают, более того – к нему прислушиваются, его советам следуют.

4. Вид занятий: практическое занятие

5. Продолжительность занятий: 4 час.

6. Оснащение:

- дидактический материал
- иллюстративный материал и оснащение (мультимедийный проектор, ноутбук, мультимедийная презентация)

7. Структура занятий: (см технологическую карту-с.3)

Вопросы для обсуждения:

1. Каковы цели презентации?
2. Что значит подготовить презентацию?
3. Какие требования предъявляются к ведущему на презентации?
4. Как сделать презентацию неординарным событием?
5. Каковы особенности презентации товара при продаже?
6. Какие бывают типы презентаций?
7. Что такое презентация с удовлетворением потребностей?
8. Что такое презентация с решением проблемы?
9. Какие коммуникативные приемы подхода к покупателю целесообразно использовать на презентациях?
10. Зачем нужна самопрезентация?
11. Как осуществить анализ личных целей?
12. Что значит проанализировать свой товар?
13. Какие эффективные приемы установления контакта вы знаете?
14. Как осуществить знакомство? Как представиться?
15. Какое значение для самопрезентации имеет одежда?
16. Как срабатывает на успех уверенность в себе?
17. Каковы признаки человека, закрытого для других?
18. Каковы преимущества человека, открытого для других?
19. Каковы характеристики позитивного типа делового партнера?
20. Чем отличается respectable тип делового партнера?
21. Чем отличается оптимально настроенный тип делового партнера?
22. Если вы пришли на презентацию как член маленькой группы, что мог бы сделать, на ваш взгляд, ведущий, чтобы вы чувствовали себя комфортнее?

Учебно-исследовательская работа обучающихся по темам:

Психология делового общения

Деловая коммуникация, разновидности делового общения.
Речевой этикет в деловом общении, культура речи.
Слушание в деловой коммуникации.
Вопросы в деловой коммуникации и ответы на них.
Коммуникация межличностная и организационная.
Особенности коммуникации в управлении.
Психология публичного выступления.

Технологии самопрезентации (проводится в учебное время) - работа с основной и дополнительной литературой, работа с заданиями с последующим анализом полученных результатов.

Литература:

1. Холостова, Е. И. Управление в социальной работе: учебник / Е. И. Холостова, О. Г. Прохорова, Е. И. Комарова. — Москва: Дашков и К, 2021. — 300 с. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/229922>
2. Фионова, Л. Р. Этика делового общения: учебное пособие / Л. Р. Фионова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Пенза: ПГУ, 2020. — 112 с. — ISBN 978-5-907262-63-8. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/162302>
3. Психология делового общения: учебное пособие / составители Т. Н. Чумакова, Н. М. Кувичкин. — Персиановский: Донской ГАУ, 2020. — 175 с. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/148562>
4. Ивлева, Т. Н. Деловое общение: учебно-методическое пособие / Т. Н. Ивлева. — Кемерово: КемГИК, 2014. — 92 с. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/79385>
5. Мельничук, В. А. Практикум делового общения: учебное пособие / В. А. Мельничук. — Санкт-Петербург: СПбГЛТУ, 2020. — 76 с. — ISBN 978-5-9239- 1188-6. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/152543>
6. Дербисалина Г. А. Коммуникативные навыки в работе врача общей практики / Г. А. Дербисалина, А. И. Миралеева, А. С. Дербисалин. - Актобе : ЗКМУ, 2008. - 78 с. - Текст : электронный // ЭБС "Букап". - URL : <https://www.books-up.ru/ru/book/kommunikativnye-navyki-v-rabote-vracha-obcshej-praktiki-10948878/>

1. Тема и ее актуальность *Управление конфликтными ситуациями*

Актуальность темы определяется необходимостью компетенций в области профессиональной коммуникации для успешной профессиональной деятельности.

2. Учебные цели: формировать представление о предмете, основных понятиях и категориях, основных подходах и концепциях профессиональной коммуникации

Цель освоения учебной дисциплины состоит в формировании системных знаний, умений и навыков в области профессиональной коммуникации и коммуникационного менеджмента необходимых для:

- профессиональных контактов в соответствии с потребностями совместной деятельности, включая обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия;
- планирования и реализации профессиональных мероприятий;
- представления результатов академической и профессиональной деятельности на различных публичных мероприятиях, включая международные, с выбором наиболее подходящего формата;
- выстраивания профессионального взаимодействия с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп;
- создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач

Формируемые компетенции: УК-3 (УК-3.2), УК-4 (УК-4.2, УК-4.3)

1) приобретение магистрами следующих **умений**:

- Использовать полученные знания в процессе планирования, организации и осуществления своей профессиональной деятельности.
- Пользоваться понятийным аппаратом изучаемой дисциплины.
- Применять в профессиональной деятельности современные коммуникативные технологии для академического и профессионального взаимодействия
- Устанавливать и развивать профессиональные контакты в соответствии с потребностями совместной деятельности, включая обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия
- Представлять результаты академической и профессиональной деятельности на различных публичных мероприятиях, включая международные, выбирая наиболее подходящий формат
- Анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия при планировании, организации и осуществления своей профессиональной деятельности.
- Разрешать конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех сторон
- Обеспечивать создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач
- Выстраивать социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп

2) Приобретение магистрами следующих **знаний о**:

- предмете, основных понятиях и категориях, основных подходах и концепциях профессиональной коммуникации и коммуникационного менеджмента;
- основных задачах профессиональной коммуникации и коммуникационного менеджмента;
- возможностях создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач;

– концепциях основных современных достижений в фундаментальной, прикладной и практической областях наук о профессиональной коммуникации и коммуникационного менеджмента и перспективы их развития;

3. Материалы для самоподготовки к освоению данной темы:

1. Конфликты в организации.
2. Структура и функции конфликтов.
3. Управление конфликтными ситуациями.
4. Спор, дискуссия, полемика, дебаты: происхождение и психологические особенности

4. Вид занятий: практическое занятие

5. Продолжительность занятий: 4 час.

6. Оснащение:

- дидактический материал

- иллюстративный материал и оснащение (мультимедийный проектор, ноутбук, мультимедийная презентация)

7. Структура занятий: (см технологическую карту-с.3)

Контрольные вопросы

1. Раскройте понятие «управление конфликтом».
2. Назовите основные этапы управления конфликтом.
3. Раскройте основное содержание процесса прогнозирования конфликтов.
4. Ответьте на вопрос, в чем суть предупреждения и стимулирования конфликтов?
5. Раскройте основное содержание процесса регулирования конфликта.
6. Назовите основные технологии регулирования конфликта.
7. Дайте характеристику разрешения конфликта как заключительного этапа управления им.
8. Назовите формы и средства разрешения конфликтов.
9. Дайте характеристику алгоритма деятельности руководителя организации по управлению конфликтами.
10. Назовите негативные факторы принятия конструктивных решений.

Задание 1.

Цель: Развитие навыков принятия конструктивных решений по управлению конфликтами в организации.

Содержание: Анализ кейс-историй.

КЕЙС-ИСТОРИЯ. На любом предприятии есть участки, на которые работники по разным причинам идут без особого желания.

Однажды начальница отдела, в котором работала сотрудница А (коллектив в организации был полностью женский), вернувшись с планерки, сообщила ей тоном, не терпящим возражений, что она должна будет замещать заболевшую работницу в соседнем подразделении. Сотрудница А в той же манере отказалась, мотивируя тем, что режим работы на этой должности с 10 до 19 часов, а ей нужно до 18 часов забирать ребенка из детского сада, о чем ее начальница хорошо знала.

Начальница отдела доложила об отказе руководителю организации. Сотрудницу А по селектору вызвали «на ковер», и она решительно направилась защищаться и отстаивать свои интересы. Но...войдя в кабинет, она увидела глаза человека, совершенно не собиравшегося на нее нападать. После доброжелательного приветствия руководительница обратилась к сотруднице А со следующими словами: «Я понимаю, что у тебя уважительная причина. Но ты лучше других знаешь тот участок, на котором работала раньше, а новому человеку сразу освоиться будет нелегко. Я считаю, что ты там справишься лучше других, а часы работы можешь перенести по своему усмотрению.» Сотруднице А не оставалось ничего другого, как согласиться.

Дайте конфликтологический анализ приведенной истории.

Задание 2

Напишите небольшое эссе (объемом 1-2 страницы) по одной из следующих тем.

1 Причины возникновения организационных конфликтов (на примере конкретной организации сферы услуг).

2 Роль социально-психологического климата в профилактике деструктивного конфликтного поведения работников подразделения (на примере государственного и муниципального учреждения).

3 Социально-экономические факторы возникновения конфликтов в организации (на примере крупной промышленной организации).

Работайте в индивидуальном режиме.

Формы и методы контроля:

– терминологические диктанты по результатам самостоятельной работы с учебниками, словарями, энциклопедиями (оценивается точность дефиниций и уровень владения теоретическими знаниями);

– кейсы, ситуационные задачи, блоки заданий и вопросов по теме (оцениваются уровень знаний, умений, компетенций, представлений, оперативность использования информации, выявляются пробелы в подготовке);

– графические организаторы теоретической информации (таблицы, схемы) по базовым изучаемым темам (оценивается способность «сжимать» и «перекодировать» научную учебную информацию, самостоятельно осмысливать и устанавливать причинно-следственные связи и другие зависимости);

– самостоятельно составленные обучающимися вопросы к тексту, глоссарий к нему и аннотация (оцениваются понимание методологии, сущности научных идей и способность их самостоятельной интерпретации);

– конспект, тезисы, реферат, проект, презентация, доклад по изучаемым темам и актуальным вопросам (оцениваются широта и степень владения учебной и научной информацией, способность к анализу, синтезу, сопоставлению, практическому применению);

– тестовые контрольные задания (объективно оцениваются уровень остаточных знаний, умений, представлений, оперативность использования информации, выявляются пробелы в подготовке);

Учебно-исследовательская работа обучающихся по темам:

Конфликт

Управление конфликтными ситуациями

Спор, дискуссия, полемика, дебаты: происхождение и психологические особенности

(проводится в учебное время) - работа с основной и дополнительной литературой, работа с заданиями с последующим анализом полученных результатов.

Тестовые задания:

1. Коллективное обсуждение нравственных, политических, литературных, научных и других проблем, на решение которых нет общепринятого ответа, называется:

- a. Дикуссия
- b. Диспут
- c. Дебаты
- d. Poleмика

2. В переводе с латинского слово «дискуссия» означает :

- a. Рассмотрение, исследование
- b. Рассуждение;
- c. Поиск

- d. Обсуждение.
3. *Цель полемического спора – это...*
- Коллективный поиск истины
 - Одержжание победы над противником
 - Получение нового знания
 - Достижение конфронтации
4. *Вариант протекания дискуссии-спора, при котором одна из сторон стремится победить любым, даже логически неправильным путем, называется:*
- Эвристическим
 - Критикующим
 - Софическим
 - Авторитарным
5. *Участник спора, способный находить самые неожиданные, оригинальные, творческие решения – это:*
- Эврист
 - Авторитет
 - Теоретик
 - Альтруист
6. *Предмет спора, о котором каждая из сторон имеет собственное мнение, называется:*
- Гипотеза
 - Теория
 - Тезис
 - Аргумент
7. *Особенностью аргументационного текста является то, что в нем реализуется....*
- Собственно логическая структура
 - Логико-коммуникативная структура
 - Логико-когнитивная структура
 - Логико-лингвистическая структура
8. *Спор, при котором спорящие имеют в виду спорный тезис, и все, что они говорят или приводят в доказательство, служит для того, чтобы опровергнуть или защитить этот тезис, называется...*
- Сосредоточенный
 - Бесформенный
 - Простой
 - Однонаправленный
9. *Ошибка в аргументации, при которой участник спора в своих рассуждениях отходит от исходного тезиса настолько далеко, что забывает его, называется:*
- Отступлением от тезиса
 - Потерей тезиса
 - Подменой тезиса
 - Срывом тезиса
10. *Какое контрдействие необходимо предпринять, если собеседник прибегает к некорректному действию, выраженному в намеренном уводе к ложным выводам, подтасовке фактов:*
- Остроумно сорвать маску оратора
 - Прекратить обмен мнениями и попросить оратора сделать обобщающий вывод
 - Спросить оратора о цели дискуссии
 - Не пытаться оправдываться, не проявлять резких эмоций, не поддаваться на провокацию
11. *Рекомендуется использовать сатиру, иронию, сарказм, пародию, если некорректные действия собеседника выражаются в...*

- a. Грубом одергивании собеседника
- b. Постоянном изменении позиции
- c. Демагогических рассуждениях
- d. Игре на ошибках оппонента

12. Закон аргументации, который гласит «Используйте в качестве аргументов только те, что принимает ваш оппонент. Не путайте факты и мнения», называется законом...

- a. Рефрейминга
- b. Этичности
- c. Объективности и доказательности
- d. Демонстрации равенства и уважения

13. Закон рефрейминга подразумевает ...

- a. Не стремиться быстро переубедить оппонента, а двигаться последовательными шагами
- b. Говорить не только о плюсах своих доказательств, но и о минусах
- c. Говорить на языке основных информационных и репрезентативных систем оппонента
- d. Не отвергать доводы партнера, а признавать их правомерность, переоценивать их силу и значимость

14. О какой возможности истинности следует говорить, если налицо представлены – ложные доводы, недостаточность аргументации, потеря тезиса:

- a. Тезис истинный, и говорящий в него верит
- b. Тезис истинный, но говорящий в него не верит
- c. Тезис ложный, но говорящий в него верит
- d. Тезис ложный, и говорящий в него не верит

15. К логическим методам аргументирования в споре относится:

- a. Исключения третьего
- b. Личностно-ориентированный
- c. Диалектический
- d. Фундаментальный

16. К спекулятивным методам аргументирования относится техника:

- a. Апелляции
- b. Бумеранга
- c. Соучастия
- d. Игнорирования

17. Сократовский спор представляет собой ...

- a. Систему последовательно и систематически задаваемых вопросов, имеющих целью приведение собеседника к противоречию с самим собой, к признанию собственного невежества
- b. Интеллектуальную игру, представляющую собой особую форму дискуссии, которая ведется по определенным правилам
- c. Спор, при котором стороны взаимодействуют друг с другом, представляя определенные точки зрения с целью убедить третью сторону
- d. Публичное обсуждение сделанного кем-либо научного открытия с целью разоблачить псевдонаучные изыскания

18. Первый уровень «атаки» при проведении дебатов называется:

- a. Опровержение критерия
- b. Опровержение темы
- c. Опровержение аргументов
- d. Опровержение идеи

19. Вид дискуссии, где обсуждение и спор предваряются коротким сообщением о состоянии проблемы или результатах некоторой работы, называется:

- a. Дискуссия-диспут
- b. Конференция
- c. Прогрессивная дискуссия

d. Дискуссия-соревнование

20. Одним из принципов полемики как искусства убеждения является принцип:

a. Критицизма

b. Кооперации

c. Демократизма

d. Индивидуализма

Ответы к комплекту тестовых заданий

1 В 11А

2 А 12С

3 В 13D

4 С 14С

5 А 15D

6 С 16А

7 D 17В

8 А 18В

9 В 19С

10В 20С

Литература:

1. Холостова, Е. И. Управление в социальной работе: учебник / Е. И. Холостова, О. Г. Прохорова, Е. И. Комарова. — Москва: Дашков и К, 2021. — 300 с. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/229922>

2. Фионова, Л. Р. Этика делового общения: учебное пособие / Л. Р. Фионова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Пенза: ПГУ, 2020. — 112 с. — ISBN 978-5-907262-63-8. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/162302>

3. Психология делового общения: учебное пособие / составители Т. Н. Чумакова, Н. М. Кувичкин. — Персиановский: Донской ГАУ, 2020. — 175 с. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/148562>

4. Ивлева, Т. Н. Деловое общение: учебно-методическое пособие / Т. Н. Ивлева. — Кемерово: КемГИК, 2014. — 92 с. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/79385>

5. Мельничук, В. А. Практикум делового общения: учебное пособие / В. А. Мельничук. — Санкт-Петербург: СПбГЛТУ, 2020. — 76 с. — ISBN 978-5-9239-1188-6. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/152543>

6. Дербисалина Г. А. Коммуникативные навыки в работе врача общей практики / Г. А. Дербисалина, А. И. Миралеева, А. С. Дербисалин. - Актобе : ЗКМУ, 2008. - 78 с. - Текст : электронный // ЭБС "Букап". - URL : <https://www.books-up.ru/ru/book/kommunikativnyye-navyki-v-rabote-vracha-obcshej-praktiki-10948878/>

1. Тема и ее актуальность *Личность в коммуникационном процессе.*

Актуальность темы определяется необходимостью компетенций в области профессиональной коммуникации для успешной профессиональной деятельности.

2. Учебные цели: формировать представление о предмете, основных понятиях и категориях, основных подходах и концепциях профессиональной коммуникации

Цель освоения учебной дисциплины состоит в формировании системных знаний, умений и навыков в области профессиональной коммуникации и коммуникационного менеджмента необходимых для:

- профессиональных контактов в соответствии с потребностями совместной деятельности, включая обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия;
- планирования и реализации профессиональных мероприятий;
- представления результатов академической и профессиональной деятельности на различных публичных мероприятиях, включая международные, с выбором наиболее подходящего формата;
- выстраивания профессионального взаимодействия с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп;
- создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач

Формируемые компетенции: УК-3 (УК-3.2), УК-4 (УК-4.2, УК-4.3)

1) приобретение магистрами следующих **умений**:

- Использовать полученные знания в процессе планирования, организации и осуществления своей профессиональной деятельности.
- Пользоваться понятийным аппаратом изучаемой дисциплины.
- Применять в профессиональной деятельности современные коммуникативные технологии для академического и профессионального взаимодействия
- Устанавливать и развивать профессиональные контакты в соответствии с потребностями совместной деятельности, включая обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия
- Представлять результаты академической и профессиональной деятельности на различных публичных мероприятиях, включая международные, выбирая наиболее подходящий формат
- Анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия при планировании, организации и осуществления своей профессиональной деятельности.
- Разрешать конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех сторон
- Обеспечивать создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач
- Выстраивать социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп

2) Приобретение магистрами следующих **знаний о**:

- предмете, основных понятиях и категориях, основных подходах и концепциях профессиональной коммуникации и коммуникационного менеджмента;
- основных задачах профессиональной коммуникации и коммуникационного менеджмента;
- возможностях создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач;

– концепциях основных современных достижений в фундаментальной, прикладной и практической областях наук о профессиональной коммуникации и коммуникационного менеджмента и перспективы их развития;

3. Материалы для самоподготовки к освоению данной темы:

1. Типология личности собеседников.
2. Основные концепции личности.
3. Защитные механизмы личности.
4. Барьеры общения.
5. Учет личностных различий в общении.

4. Вид занятий: практическое занятие

5. Продолжительность занятий: 4 час.

6. Оснащение:

- дидактический материал
- Иллюстративный материал и оснащение (мультимедийный проектор, ноутбук, мультимедийная презентация)

7. Структура занятий: (см технологическую карту-с.3)

Ситуационное задание

Денис и Антон лично не очень часто встречаются, отчасти потому, что у них не складываются отношения друг с другом, а отчасти потому, что они работают в разных зданиях. Они считают неприятным, когда по работе от них требуются частые контакты. Эту проблему они стараются преодолеть, разговаривая друг с другом по телефону, когда им это нужно. Денис — молодой математик, выпускник университета, служащий в отделе обработки данных. Хотя он пришел на работу в банк всего несколько лет тому назад из университета, его быстро повысили в должности до руководителя среднего уровня. Он не женат, живет рядом с офисом, что означает, что он может часто работать допоздна.

Возраст Антона — около 50 лет, он пришел в банк, когда ему было 26 лет. В конце концов, он стал руководителем. Большой опыт работы по этой специальности означает, что его техническое мастерство высоко, но он не знаком с последними достижениями в обработке данных. Фактически он сожалеет о перепроизводстве, какой считает, по существу бесполезной информации. Он всегда утверждает, что у него есть вся информация, которая ему нужна. В банке считают, что он часто игнорирует информацию, которая не совпадает с его собственным мнением. Он придерживается строго определенного режима, приходя и уходя с работы пунктуально, чтобы ехать домой за город к своей семье.

Денис думает, что банк — довольно закостенелое учреждение, которое нужно тащить в двадцать первое столетие. Эту точку зрения он часто и охотно выражает каждому, кто захочет его выслушать. Он погружен в свой мир компьютеров и в совершенстве владеет компьютерной техникой. У него нет времени для людей: «Луддиты, — говорит он, — это те, кто не видит преимуществ информационной революции». Антон, молчаливый человек, слушает, не одобряет и делает свою работу так, как он всегда ее делает.

Какие коммуникативные барьеры затрудняют общение между этими сотрудниками банка? Какие способы могут устранить эти барьеры? Какие приемы развития коммуникаций должно использовать руководство в данной ситуации?

Ответ:

В данном случае присутствует семантический барьер непонимания, связанный с различиями в системах значений участников общения. Также включается социально-культурное непонимание в силу возраста, рода занятий. Также существуют психологические барьеры, так как сотрудники мало знакомы и свои контакты считают неприятными.

Чтобы преодолеть семантический барьер, необходимо понять особенности партнера, использовать понятную для него лексику; слова, имеющие разные значения, необходимо объяснять, в каком смысле то или иное слово было использовано.

Психологическая защита, выстраиваемая деловым партнером, - серьезный барьер общения. Осознав, что барьер в общении с неудобным сотрудником или партнером вызван его желанием защититься, необходимо попробовать изменить отношение к нему, и сложности в общении с таким человеком постепенно исчезнут.

Барьер установки. При столкновении с барьером установки, лучше не пытаться переубедить партнера. Необходимо спокойно отнестись к неприязни как к проявлению невежества, слабости, отсутствия культуры, простой неосведомленности.

Существует множество способов повышения эффективности межличностных коммуникаций. Перечислим некоторые:

- необходимо прояснять свои идеи до передачи другим людям;
- быть восприимчивым к возможным семантическим проблемам;
- необходимо следить за выражением своего лица, жестами, позой, интонациями;
- необходимо выражать открытость и готовность понимать;
- добиваться установления обратной связи.

Упражнение «Преодоление препятствий»

Участники делятся по парам. Первой половине дается задание: «Твой друг сегодня грустный, не разговорчивый. Твоё задание поговорить с ним и выяснить почему он сегодня такой».

Второй половине: «Твой друг сошёл с ума и может нести всякую чушь. Твоё задание не разговаривать с ним и даже не слушать».

В конце занятия проводится рефлексия чувств.

Упражнение «Позиции в общении»

Для выполнения этого упражнения создаются пары. Тренер может предложить группе объединиться в пары по желанию или же сам составит пары. Если в группе нечетное количество участников, тренер может сам принять участие в упражнении. Пусть каждая пара займет удобное для нее место так, чтобы никому при этом не мешать. Вам дается 6 минут для беседы (тренер может предложить для обсуждения связанные с контекстом группы или нейтральные темы). По моему указанию в ходе беседы мы будем менять положение, не прекращая разговора. Сейчас давайте повернемся, друг к другу спиной и начнем беседу».

Участники 1,5 минуты беседуют, сидя спиной друг к другу, по 1,5 минуты — один сидя, другой стоя и наоборот (лицом друг к другу), 1,5 минуты — сидя лицом друг к другу.

При обсуждении упражнения тренер может задать вопросы о том, в каком положении ведение беседы было наиболее трудным, сложным, а в каком наиболее комфортным. Участники достаточно аргументировано проговаривают идеи о наибольшей комфортности равных положений (например, оба сидят). Это позволяет высказать мысль о важности для эффективного установления контакта равенства позиций участников, отсутствия между ними барьеров, о нахождении глаз на одном уровне.

Упражнение «Испорченный телефон»

Первому вошедшему показывается картина, рассмотрев которую, он словесно описывает её следующему вошедшему участнику. И так каждый вошедший предлагает (не видя картины) следующему услышанное описание. По завершении упражнения картина представляется всем участникам.

Выводы. Почему искажен смысл? Как это происходило? «Слушать и слышать – не совсем одно и то же», «Видеть и понимать – не совсем одно и то же».

Упражнение «Скрепка»

Каждому участнику выдается по одной скрепке. Задача выменять скрепку на любой другой предмет, после этот предмет выменивать на другой и так до бесконечности. Задача выменять на более дорогие предметы или совершить как можно больше обменов. Время выполнения задания должно быть ограничено. Упражнение развивает коммуникативные навыки, учит спокойно и достойно принимать отказ.

Упражнение «Слепой художник»

Умение слушать. Отработка умения задавать вопросы. Актуализация рефлексии переживаний, направленной на координацию компонентов системы «переживания – значения – смыслы».

«У великого художника есть замысел замечательной картины. Но он не может воплотить этот замысел в жизнь, так как неожиданно ослеп. Ученик решает помочь своему учителю и воплотить в жизнь его мечту. Задача ученика – стать «глазами» и «руками» художника и нарисовать картину по его описанию. Нужно попробовать почувствовать то же, что чувствует художник, понять его мысль, увидеть то, что он видит мысленным взором. Итак, «художник» закрывает глаза. «Ученик» начинает работать. Вам дается 10 минут. Через 10 минут происходит смена ролей. Один из «учеников» становится художником».

Участникам упражнения дается возможность высказаться о своем состоянии, чувствах, мыслях во время выполнения упражнения. Возможно обсуждение вопросов: «Удовлетворены ли вы тем, как поняли вас ваши партнеры?», «Насколько точно воплощен ваш замысел?», «Какие чувства вы сейчас испытываете по отношению к картине, к коллегам?» и т. п.

Формы и методы контроля:

– терминологические диктанты по результатам самостоятельной работы с учебниками, словарями, энциклопедиями (оценивается точность дефиниций и уровень владения теоретическими знаниями);

– кейсы, ситуационные задачи, блоки заданий и вопросов по теме (оцениваются уровень знаний, умений, компетенций, представлений, оперативность использования информации, выявляются пробелы в подготовке);

– графические организаторы теоретической информации (таблицы, схемы) по базовым изучаемым темам (оценивается способность «сжимать» и «перекодировать» научную учебную информацию, самостоятельно осмысливать и устанавливать причинно-следственные связи и другие зависимости);

– самостоятельно составленные обучающимися вопросы к тексту, глоссарий к нему и аннотация (оцениваются понимание методологии, сущности научных идей и способность их самостоятельной интерпретации); конспект, тезисы, реферат, проект, презентация, доклад по изучаемым темам и актуальным вопросам (оцениваются широта и степень владения учебной и научной информацией, способность к анализу, синтезу, сопоставлению, практическому применению);

– тестовые контрольные задания (объективно оцениваются уровень остаточных знаний, умений, представлений, оперативность использования информации, выявляются пробелы в подготовке);

Учебно-исследовательская работа обучающихся по темам:

Личность в коммуникационном процессе

Основные концепции личности.

Защитные механизмы личности.

Барьеры общения.

Учет личностных различий в общении.

Типология личности собеседников

(проводится в учебное время) - работа с основной и дополнительной литературой, работа с заданиями с последующим анализом полученных результатов.

Литература:

1. Холостова, Е. И. Управление в социальной работе: учебник / Е. И. Холостова, О. Г. Прохорова, Е. И. Комарова. — Москва: Дашков и К, 2021. — 300 с. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/229922>
2. Фионова, Л. Р. Этика делового общения: учебное пособие / Л. Р. Фионова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Пенза: ПГУ, 2020. — 112 с. — ISBN 978-5-907262-63-8. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/162302>
3. Психология делового общения: учебное пособие / составители Т. Н. Чумакова, Н. М. Кувичкин. — Персиановский: Донской ГАУ, 2020. — 175 с. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/148562>
4. Ивлева, Т. Н. Деловое общение: учебно-методическое пособие / Т. Н. Ивлева. — Кемерово: КемГИК, 2014. — 92 с. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/79385>
5. Мельничук, В. А. Практикум делового общения: учебное пособие / В. А. Мельничук. — Санкт-Петербург: СПбГЛТУ, 2020. — 76 с. — ISBN 978-5-9239- 1188-6. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/152543>
6. Дербисалина Г. А. Коммуникативные навыки в работе врача общей практики / Г. А. Дербисалина, А. И. Миралеева, А. С. Дербисалин. - Актобе : ЗКМУ, 2008. - 78 с. - Текст : электронный // ЭБС "Букап". - URL : <https://www.books-up.ru/ru/book/kommunikativnye-navyki-v-rabote-vracha-obcshej-praktiki-10948878/>

1. Тема и ее актуальность *Типология личности собеседников. Типы реагирования на заболевание. Психология горя.*

Актуальность темы определяется необходимостью компетенций в области профессиональной коммуникации для успешной профессиональной деятельности.

2. Учебные цели: формировать представление о предмете, основных понятиях и категориях, основных подходах и концепциях профессиональной коммуникации

Цель освоения учебной дисциплины состоит в формировании системных знаний, умений и навыков в области профессиональной коммуникации и коммуникационного менеджмента необходимых для:

- профессиональных контактов в соответствии с потребностями совместной деятельности, включая обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия;
- планирования и реализации профессиональных мероприятий;
- представления результатов академической и профессиональной деятельности на различных публичных мероприятиях, включая международные, с выбором наиболее подходящего формата;
- выстраивания профессионального взаимодействия с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп;
- создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач

Формируемые компетенции: УК-3 (УК-3.2), УК-4 (УК-4.2, УК-4.3)

1) приобретение магистрами следующих **умений**:

- Использовать полученные знания в процессе планирования, организации и осуществления своей профессиональной деятельности.
- Пользоваться понятийным аппаратом изучаемой дисциплины.
- Применять в профессиональной деятельности современные коммуникативные технологии для академического и профессионального взаимодействия
- Устанавливать и развивать профессиональные контакты в соответствии с потребностями совместной деятельности, включая обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия
- Представлять результаты академической и профессиональной деятельности на различных публичных мероприятиях, включая международные, выбирая наиболее подходящий формат
- Анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия при планировании, организации и осуществления своей профессиональной деятельности.
- Разрешать конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех сторон
- Обеспечивать создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач
- Выстраивать социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп

2) Приобретение магистрами следующих **знаний о**:

- предмете, основных понятиях и категориях, основных подходах и концепциях профессиональной коммуникации и коммуникационного менеджмента;
- основных задачах профессиональной коммуникации и коммуникационного менеджмента;
- возможностях создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач;

– концепциях основных современных достижений в фундаментальной, прикладной и практической областях наук о профессиональной коммуникации и коммуникационного менеджмента и перспективы их развития;

3. Материалы для самоподготовки к освоению данной темы:

Типология личности собеседников.

Типы реагирования на заболевание.

Психология горя

4. Вид занятий: практическое занятие

5. Продолжительность занятий: 4 час.

6. Оснащение:

- дидактический материал

- иллюстративный материал и оснащение (мультимедийный проектор, ноутбук, мультимедийная презентация)

7. Структура занятий: (см технологическую карту-с.3)

Ситуационные задачи

Какая модель взаимоотношений была использована при оказании медицинской помощи? Морально оправдано это или нет? Если нет, то какую модель нужно было применить?

1. В приемное отделение обратилась пациентка с выраженным болевым синдромом при глотании, болью в горле. При осмотре ЛОР-врачем установлен диагноз: паратонзиллярный абсцесс. Пациенты с данным заболеванием по распоряжению администрации больницы госпитализируются в ЛОР-стационар для проведения вскрытия абсцесса и консервативной антибактериальной терапии. Однако не всегда в силу ряда субъективных причин больные согласны на госпитализацию. В данном случае пациентка отказывалась от госпитализации по причине наличия у нее двух детей - 2-х и 5-ти лет, которых не с кем было оставить дома. Врач приёмного отделения произвел вскрытие абсцесса в условиях приемного отделения и дал пациентке рекомендации для дальнейшего лечения

2. В приёмное отделение больницы поступает больной 34 лет с рвано-ушибленными ранами лица. Врач-хирург приёмного отделения отказывается провести первичную хирургическую обработку ран лица, мотивируя свой отказ тем, что раны не глубокие и угрозы для здоровья пациента не представляют. В ответ на просьбы больного об оказании ему медицинской помощи врач требует денежного вознаграждения.

3. У пациента с набором сопутствующей патологии врач выполняет только обязательные исследования, не прилагая усилий для уточнения других заболеваний, предлагает сделать это в поликлинике, заранее зная о трудностях, которые при этом возникают.

4. В отделение неотложной помощи поступил вызов. Врач прибыл к больному через 30 минут. После осмотра поставил диагноз: острый гастрит. Через 20 минут после отъезда врача больной скончался. При патологоанатомическом исследовании был обнаружен инфаркт миокарда.

5. Женщина 80 лет, инвалид детства, без родственников, больна раком матки, проявляющимся периодическими кровотечениями, которые укорачивают жизнь больной. Профессор решает оперировать её и тем самым продлить жизнь, несмотря на доводы других врачей о не перспективности этой операции. Совершенно очевидно, что ни о какой материальной заинтересованности в данном случае не может быть и речи.

6. На приеме в поликлинике ЛОР-врач обнаруживает у пациента опухоль гортани в ранней стадии, но не сообщает ему об этом, боясь за его психическое состояние. Врач дает больному направление в онкологический диспансер, но пациент долгое время откладывает посещение онколога, мотивируя это отсутствием времени. В результате больной был доставлен в приемное отделение больницы бригадой скорой помощи с диагнозом: «Стеноз гортани 3-й степени. Рак гортани с прорастанием в пищевод».

7. В поликлинику поступил вызов на дом к мужчине 47 лет, страдающему артериальной гипертонией. Был осмотрен участковым терапевтом, выставлен диагноз «Гипертонический криз». Назначена консультация невролога. При осмотре неврологом было заподозрено субарахноидальное кровоизлияние, но больной категорически отказывался от госпитализации, говоря, что это обычный криз и всё обойдется. Только благодаря настойчивости невролога и заведующего поликлиникой больного уговорили лечь в больницу, где диагноз субарахноидального кровоизлияния был подтверждён, назначено соответствующее лечение, и после курса терапии больной был выписан практически здоровым.

8. При поступлении в Военную академию абитуриент попросил лаборантку исправить клинический анализ крови: скрыть высокий уровень СОЭ. Лаборантка написала хороший анализ крови, и врач, проводивший обследование, не выявил никакой патологии органов. Абитуриент прошел медицинскую комиссию. Через несколько месяцев у него появились сильные боли в верхних отделах живота. Обратившись к врачу, он был направлен на гастроскопию, в клиническом анализе крови вновь была СОЭ 40. С диагнозом множественные эрозии желудка пациент направлен в военный госпиталь, где после более детального обследования был диагностирован рак печени. Возможно, раннее обращение пациента и уточнение диагноза могло бы спасти ему жизнь.

9. Ассистент кафедры кожных болезней, консультируя больного с псориазом, на вопрос пациента: «Сколько времени он будет страдать этим заболеванием?» ответил: «Всю жизнь!» Больной, не ожидавший такого ответа, очень расстроился, так как думал, что его заболевание легко вылечить.

10. Пациент Н., 23 года, поступил в клинику для проведения специфической иммунотерапии. Он был проинформирован врачом о целях и методах лечения, необходимых условиях его проведения и возможных осложнениях. Эти сведения оформлены в качестве документа и, скрепленные подписями, подклеены в историю болезни. Больной не соблюдал прописанную диету, на фоне чего стали проявляться выраженные местные реакции при инъекции аллергена. Лечение было прекращено.

11. Больная С. обратилась к участковому терапевту с жалобами на частые приступы одышки с хрипами и откашливанием. Постоянное ощущение «комка в горле», мешающего говорить и глотать. Сделав необходимые исследования и исключив наличие терапевтической патологии, врач резко оборвал «причитания» больной: «Успокойтесь и перестаньте морочить мне голову! У вас просто истерические приступы. Вы – истеричка!»

12. В больницу для проведения плановой операции поступил Д. Его осмотрел врачебный консилиум. Противопоказаний к операции обнаружено не было. Во время операции возникло тяжёлое осложнение, связанное с врождённым генетическим заболеванием. С целью предотвращения смерти врачи ампутировали больному нижнюю конечность.

Формы и методы контроля:

- терминологические диктанты по результатам самостоятельной работы с учебниками, словарями, энциклопедиями (оценивается точность дефиниций и уровень владения теоретическими знаниями);
- кейсы, ситуационные задачи, блоки заданий и вопросов по теме (оцениваются уровень знаний, умений, компетенций, представлений, оперативность использования информации, выявляются пробелы в подготовке);
- графические организаторы теоретической информации (таблицы, схемы) по базовым изучаемым темам (оценивается способность «сжимать» и «перекодировать» научную учебную информацию, самостоятельно осмысливать и устанавливать причинно-следственные связи и другие зависимости);
- самостоятельно составленные обучающимися вопросы к тексту, глоссарий к нему и аннотация (оцениваются понимание методологии, сущности научных идей и способность их самостоятельной интерпретации);

конспект, тезисы, реферат, проект, презентация, доклад по изучаемым темам и актуальным вопросам (оцениваются широта и степень владения учебной и научной информацией, способность к анализу, синтезу, сопоставлению, практическому применению);

– тестовые контрольные задания (объективно оцениваются уровень остаточных знаний, умений, представлений, оперативность использования информации, выявляются пробелы в подготовке);

Учебно-исследовательская работа обучающихся по темам:

Модели взаимоотношений при профессиональной коммуникации.

Виды КД по содержанию, целям и средствам общения.

Открытая-закрытая, монологическая-диалогическая, ролевая-личностная стратегии общения

Типология личности собеседников

(проводится в учебное время) - работа с основной и дополнительной литературой, работа с заданиями с последующим анализом полученных результатов.

3. Материалы для самоподготовки к освоению данной темы:

1. Монологическая модель.

2. Диалогическая модель.

3. Диалоговое общение, поддерживающая среда как его условие.

4. Фасилитация

5. Элементы коучинг технологий в профессиональной коммуникации специалиста.

Пример коуч-сессии №1.

Коуч: Здравствуйте _____. Как у вас сегодня дела?

Клиент: Привет. У меня все хорошо, спасибо, а у вас?

Коуч: У меня все хорошо. Как прошла твоя неделя?

Коучи отвечает. 2–3 минуты нейтрального разговора.

Коуч: Отлично. Я хочу, чтобы вы начали сегодняшнее занятие с размышлений о том, где вы были. Вспомните наш разговор на этой неделе. Дайте клиенту минуту подумать.

Клиент: Подождите ... как размышления о том, где о нашем разговоре и о том, что произошло со мной на этой неделе, связаны с постановкой целей?

Коуч: Как вы думаете, как это может быть связано? Дайте клиенту минуту на ответ. Попробуйте определить какую-либо ситуацию на этой неделе, в которой можно было бы что-то улучшить. Подумайте, что конкретно можно было бы улучшить и как бы вы хотели, чтобы это материализовалось. Позвольте клиенту ответить.

Коуч: Отлично. Это упражнение предназначалось для того, чтобы помочь вам вспомнить важные для вас ситуации и процессы и что-либо улучшить в них. Теперь давайте применим это же упражнение к более широкой области, в которой вы хотели бы видеть улучшения. Начните с определения области, в которой вы хотели бы видеть улучшения, и того, что вы хотели бы изменить.

После этого вводного упражнения коуч может продолжить обсуждение целей или задач с партнёром. Основная часть занятия должна быть сосредоточена на разбивке каждой цели, а не на направлении подопечного к решению.

Пример того, как вовлечь подопечного в этот тип диалога, приведен ниже.

Как поддерживать клиента в его пути

Клиент: Одна из моих целей - получить повышение в течение этого календарного года. У вас есть какие-нибудь советы или рекомендации, как это сделать быстрее?

Коуч: Хорошо... давайте разберемся с этим. Вы хотите получить повышение в следующем году. Звучит как довольно важная цель.

Клиент: Да, но в моем отделе действительно сложно получить повышение.

Коуч: Как вы думаете, было бы для вас полезно разбить эту цель на более мелкие, более достижимые цели?

Клиент: Зачем мне это делать?

Коуч: Иногда такие большие цели, как та, которую вы упомянули, могут пугать. Разбив это продвижение на пошаговый процесс, вы сможете лучше спланировать свои действия для достижения этой цели.

Клиент: Хорошо... ну, я думаю, мне нужно начать с разговора с моим боссом.

Коуч: Хорошо. Как вы думаете, как должен выглядеть этот разговор?

Затем коуч будет использовать наводящие вопросы, такие как «как вы думаете...?» или «как вы думаете, было бы более полезно...?» Такие вопросы заставляют клиента задуматься о своем подходе к ситуации.

Литература:

1. Холостова, Е. И. Управление в социальной работе: учебник / Е. И. Холостова, О. Г. Прохорова, Е. И. Комарова. — Москва: Дашков и К, 2021. — 300 с. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/229922>
2. Фионова, Л. Р. Этика делового общения: учебное пособие / Л. Р. Фионова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Пенза: ПГУ, 2020. — 112 с. — ISBN 978-5-907262-63-8. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/162302>
3. Психология делового общения: учебное пособие / составители Т. Н. Чумакова, Н. М. Кувичкин. — Персиановский: Донской ГАУ, 2020. — 175 с. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/148562>
4. Ивлева, Т. Н. Деловое общение: учебно-методическое пособие / Т. Н. Ивлева. — Кемерово: КемГИК, 2014. — 92 с. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/79385>
5. Мельничук, В. А. Практикум делового общения: учебное пособие / В. А. Мельничук. — Санкт-Петербург: СПбГЛТУ, 2020. — 76 с. — ISBN 978-5-9239-1188-6. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/152543>
6. Дербисалина Г. А. Коммуникативные навыки в работе врача общей практики / Г. А. Дербисалина, А. И. Миралеева, А. С. Дербисалин. - Актобе : ЗКМУ, 2008. - 78 с. - Текст : электронный // ЭБС "Букап". - URL : <https://www.books-up.ru/ru/book/kommunikativnye-navyki-v-rabote-vracha-obcshej-praktiki-10948878/>

1. Тема и ее актуальность *Нормы общения специалиста в медицинской практике.*

Техники и виды профессиональной коммуникации, способы их применения с учетом индивидуально-личностных особенностей собеседника (его законных представителей)

Актуальность темы определяется необходимостью компетенций в области профессиональной коммуникации для успешной профессиональной деятельности.

2. Учебные цели: формировать представление о предмете, основных понятиях и категориях, основных подходах и концепциях профессиональной коммуникации

Цель освоения учебной дисциплины «Профессиональные коммуникации» состоит в формировании системных знаний, умений и навыков в области профессиональной коммуникации и коммуникационного менеджмента необходимых для:

- профессиональных контактов в соответствии с потребностями совместной деятельности, включая обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия;

- планирования и реализации профессиональных мероприятий;

- представления результатов академической и профессиональной деятельности на различных публичных мероприятиях, включая международные, с выбором наиболее подходящего формата;

- выстраивания профессионального взаимодействия с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп;

- создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач

Формируемые компетенции: УК-3 (УК-3.2), УК-4 (УК-4.2, УК-4.3)

1) приобретение магистрами следующих **умений:**

- Использовать полученные знания в процессе планирования, организации и осуществления своей профессиональной деятельности.

- Пользоваться понятийным аппаратом изучаемой дисциплины.

- Применять в профессиональной деятельности современные коммуникативные технологии для академического и профессионального взаимодействия

- Устанавливать и развивать профессиональные контакты в соответствии с потребностями совместной деятельности, включая обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия

- Представлять результаты академической и профессиональной деятельности на различных публичных мероприятиях, включая международные, выбирая наиболее подходящий формат

- Анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия при планировании, организации и осуществления своей профессиональной деятельности.

- Разрешать конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех сторон

- Обеспечивать создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач

- Выстраивать социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп

2) Приобретение магистрами следующих **знаний о:**

- предмете, основных понятиях и категориях, основных подходах и концепциях профессиональной коммуникации и коммуникационного менеджмента;

- основных задачах профессиональной коммуникации и коммуникационного менеджмента;

– возможностях создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач;

– концепциях основных современных достижений в фундаментальной, прикладной и практической областях наук о профессиональной коммуникации и коммуникационного менеджмента и перспективы их развития;

3. Материалы для самоподготовки к освоению данной темы:

1. Правовые и этические аспекты современных технологий коммуникации.

2. Нормы общения специалистов в профессиональной деятельности.

4. Вид занятий: практическое занятие

5. Продолжительность занятий: 4 час.

6. Оснащение:

- дидактический материал

- иллюстративный материал и оснащение (мультимедийный проектор, ноутбук, мультимедийная презентация)

7. Структура занятий: (см технологическую карту-с.3)

Проверочные тесты к занятию

Вопрос 1 В каких формах реализуется деловое общение?

- 1 Деловая беседа
- 2 Деловые переговоры
- 3 Деловая переписка.
- 4 Деловые совещания
- 5 Публичные выступления.

Вопрос 2 Какие контакты необходимо установить оратору со слушателями во время публичных выступлений:

- 1 Личностный.
- 2 Эмоциональный.
- 3 Аргументированный.
- 4 Познавательный.
- 5 Аудиторный.

Вопрос 3 Что такое аргументация:

- 1 Способ убеждения кого-либо посредством значимых логических доводов.
- 2 Способ восприятия значимых логических доводов.
- 3 Возможность довести до собеседника значимые логические доводы.
- 4 Способность донести до собеседника значимые логические доводы.
- 5 Способ общения.

Вопрос 4 Какие можно выделить правильные способы, чтобы начать беседу:

- 1 Метод снятия напряжения.
- 2 Метод зацепки.
- 3 Метод риторических вопросов.
- 4 Метод открытых вопросов.
- 5 Метод прямого подхода.

Вопрос 5 Как можно повлиять на партнера во время переговоров:

- 1 Не садиться друг против друга, а использовать угловое расположение.
- 2 Не использовать угловое расположение, а садиться друг напротив друга.
- 3 Копировать жесты собеседника и принимать позу подражания.
- 4 Использовать способ привлечения внимания собеседника.
- 5 Использовать противоположные жесты и позу.

Вопрос 6 Основные принципы грамотного телефонного общения:

- 1 Положительные эмоции.
- 2 Хорошее настроение собеседника.
- 3 Жаргон.
- 4 Четкость и правильность произношения слов.

5 Нецензурное общение.

Вопрос 7 Наиболее распространенные ошибки в телефонном общении:

- 1 Цель не конкретизируется.
- 2 Неправильно выбрано время для разговора.
- 3 Излишняя эмоциональная насыщенность.
- 4 Длительные телефонные переговоры.
- 5 Использование жестов.

Вопрос 8 Наиболее распространенная форма общения в деловой переписке:

- 1 Товарищ.
- 2 Уважаемый.
- 3 Гражданин.

Вопрос 9 Какими могут быть методы учителя направленные на организацию порядка и дисциплины в классе?

- 1 Убеждение.
- 2 Требование.
- 3 Воззрение.
- 4 Запрос.
- 5 Внушение.

Вопрос 10 Основные этапы деловой беседы?

- 1 Начало беседы и информирование партнеров
- 2 Аргументирование выдвигаемых положений
- 3 Принятие решения
- 4 Аргументирование принятых решений.
- 5 Завершение беседы.

Вопрос 11 Какие важные функции выполняет деловая беседа?

- 1 Взаимное общение работников из одной деловой сферы
- 2 Совместный поиск, выдвижение и оперативная разработка рабочих идей и замыслов
- 3 Контроль и координация уже начатых деловых мероприятий
- 4 Поддержание деловых контактов и стимулирование деловой активности.
- 5 Выработка стратегии поведения в конфликтных ситуациях.

Вопрос 12 От каких обстоятельств зависит ситуация во время переговоров?

- 1 Отношение ведущих переговоров с их группами
- 2 Язык, на котором говорят участники переговоров.
- 3 Того, как сидят участники переговоров
- 4 Присутствие зрителей
- 5 Ход переговоров.

Вопрос 13 Чем отличается официально-деловой стиль речи?

- 1 Точностью
- 2 Обезличенностью
3. Стандартностью
- 4 Отвлеченностью.
- 5 Тенденциями к стереотипам.

Вопрос 14 Чем отличается научный стиль речи?

- 1 Отвлеченностью
- 2 Обобщенностью
3. Подчеркнутой логичности и связными выражениями
- 4 Точностью.
- 5 Стандартностью.

Вопрос 15 Чем отличается публицистический стиль речи?

- 1 Экспрессивностью
- 2 Эмоциональностью
3. Наличием гибкого стандарта

4 Точностью.

5 Отвлеченностью.

Вопрос 16. На стадии начала беседы ставятся следующие задачи?

1 Установить контакт с собеседником.

2 Создать благоприятную атмосферу для беседы.

3 Подготовить тему для обсуждения.

4 Определить степень важности беседы.

5 Привлечь внимание к теме разговора.

6 Пробудить интерес.

Вопрос 17 Какая формулировка высказывает явное и глубокое возражение?

1 В данном случае вы совершенно не правы!

2 В данном случае вы возможно не правы!

3 Может быть, в данном высказывании вы и не правы?

Вопрос 18 Какому национальному стилю ведения деловых переговоров принадлежит хороший настрой на переговоры, энергичность, внешнее проявление дружелюбия и открытость?

1 Китайский стиль.

2.Французский стиль.

3 Английский стиль.

Вопрос 19 Для чего необходимо произнести вслух перед выступлением «Я знаю то, чего не знают слушатели. Я хочу им об этом рассказать!»?

1 Для установления контакта с аудиторией.

2 Для снятия барьера страха.

3 Для устранения всех сомнений.

Формы и методы контроля:

– терминологические диктанты по результатам самостоятельной работы с учебниками, словарями, энциклопедиями (оценивается точность дефиниций и уровень владения теоретическими знаниями);

– кейсы, ситуационные задачи, блоки заданий и вопросов по теме (оцениваются уровень знаний, умений, компетенций, представлений, оперативность использования информации, выявляются пробелы в подготовке);

– графические организаторы теоретической информации (таблицы, схемы) по базовым изучаемым темам (оценивается способность «сжимать» и «перекодировать» научную учебную информацию, самостоятельно осмысливать и устанавливать причинно-следственные связи и другие зависимости);

– самостоятельно составленные обучающимися вопросы к тексту, глоссарий к нему и аннотация (оцениваются понимание методологии, сущности научных идей и способность их самостоятельной интерпретации); конспект, тезисы, реферат, проект, презентация, доклад по изучаемым темам и актуальным вопросам (оцениваются широта и степень владения учебной и научной информацией, способность к анализу, синтезу, сопоставлению, практическому применению);

– тестовые контрольные задания (объективно оцениваются уровень остаточных знаний, умений, представлений, оперативность использования информации, выявляются пробелы в подготовке);

Учебно-исследовательская работа обучающихся по темам:

Правовые и этические аспекты современных технологий коммуникации.

Нормы общения специалистов в профессиональной деятельности.

Техники и виды профессиональной коммуникации, способы их применения с учетом индивидуально-личностных особенностей собеседника (его законных представителей) (проводится в учебное время) - работа с основной и дополнительной литературой, работа с заданиями с последующим анализом полученных результатов.

Литература:

1. Холостова, Е. И. Управление в социальной работе: учебник / Е. И. Холостова, О. Г. Прохорова, Е. И. Комарова. — Москва: Дашков и К, 2021. — 300 с. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/229922>
2. Фионова, Л. Р. Этика делового общения: учебное пособие / Л. Р. Фионова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Пенза: ПГУ, 2020. — 112 с. — ISBN 978-5-907262-63-8. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/162302>
3. Психология делового общения: учебное пособие / составители Т. Н. Чумакова, Н. М. Кувичкин. — Персиановский: Донской ГАУ, 2020. — 175 с. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/148562>
4. Ивлева, Т. Н. Деловое общение: учебно-методическое пособие / Т. Н. Ивлева. — Кемерово: КемГИК, 2014. — 92 с. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/79385>
5. Мельничук, В. А. Практикум делового общения: учебное пособие / В. А. Мельничук. — Санкт-Петербург: СПбГЛТУ, 2020. — 76 с. — ISBN 978-5-9239-1188-6. — Текст: электронный // ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/book/152543>
6. Дербисалина Г. А. Коммуникативные навыки в работе врача общей практики / Г. А. Дербисалина, А. И. Миралеева, А. С. Дербисалин. - Актобе : ЗКМУ, 2008. - 78 с. - Текст : электронный // ЭБС "Букап". - URL : <https://www.books-up.ru/ru/book/kommunikativnye-navyki-v-rabote-vracha-obcshej-praktiki-10948878/>